



Roadmap **Implementasi** **Ekonomi Syariah** di Indonesia

Tim Penyusun

Roadmap
IMPLEMENTASI
EKONOMI SYARIAH
DI INDONESIA

Tim Penyusun



2019



ROADMAP IMPLEMENTASI EKONOMI SYARIAH di Indonesia

@UIN-Maliki Press, 2019

Tim Penyusun:

1. Prof. Dr. H. Abdul Haris, M. Ag
2. Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, SH., MAg
3. Dr. H. Nur Asnawi, MAg
4. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc., MA
5. Dr. Siswanto, MSi
6. Dr. H. Masyhuri, MP
7. Eko Suprayitno, PhD
8. Dr. H. Muhammad In'am Esa
9. Dr. H.A. Muhtadi Ridwan, MA
10. Khusnudin, M.Ei
11. Feri Dwi Riyanto, SE., M.E
12. Ahmad Tibrizi Soni Wicaksono, ME
13. Kholilah, M.SA
14. Kurniawati Meylianingrum, ME
15. Muslikhudin, ST
16. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D.

Layout isi & Sampul :

ISBN 978-623-232-352-0

Diterbitkan oleh UIN -MALIKI Press
(Anggota IKAPI & APPTI) Jalan Gajayana 50 Malang 65144
E-mail: uinmalikipressredaksi@gmail.com
Web : //malikipress.uin-malang.ac.id
Telp : (0341) 573225



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa ditujukan kehadirat Allah swt, atas rahmat dan hidayah-Nya *roadmap* implementasi ekonomi syariah di Indonesia dapat terselesaikan. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan untuk *sayyidina* Rasulullah Muhammad SAW, teladan terbaik bagi orang-orang beriman.

Roadmap Implementasi Ekonomi Syariah di Indonesia telah selesai disusun, *roadmap* ini berfungsi sebagai barometer perkembangan ekonomi syariah di Indonesia. Menemukan dan mencari solusi dari permasalahan dan kekurangan ekonomi syariah di indonesia agar tercipta ekonomi syariah yang adil dan merata kepada seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Adapun isi dari *roadmap* implementasi ekonomi syariah di Indonesia terdiri dari:

Bab I : Pendahuluan

Berisi tentang pendahuluan meliputi, kondisi ekonomi syariah Indonesia, dasar pemikiran arus baru ekonomi syariah Kiai Ma'ruf Amin, pokok pikiran dan nilai-nilai pemikiran Ekonomi Syariah Kiai Ma'ruf Amin, serta tujuan dan manfaat dari *roadmap* implementasi ekonomi syariah di Indonesia.

Bab II : Gambaran Umum *Masterplan* Syariah 2019 – 2024



Berisi tentang gambaran umum masterplan syariah 2019 – 2024 yang meliputi penguatan industri halal, UMKM, keuangan syariah, dan ekonomi digital.

Bab III : Sasaran dan Strategi Pengembangan Ekonomi Syariah

Berisi tentang sasaran dan strategi pengembangan ekonomi syariah tahun 2020 – 2025 yang sarasanya kepada masyarakat desa dan pesantren, dengan menggunakan strategi *Pancahelix* yang melibatkan perguruan tinggi, pemerintah, lembaga keuangan sosial, masyarakat, dan kemitraan.

Bab IV : Implementasi Program

Berisi tentang implementasi program yang telah di susun meliputi program penguatan halal, penguatan UMKM, penguatan keuangan syariah, serta penguatan ekonomi digital. Yang mana kegiatan implementasi ini disusun dalam matriks rancangan.

Bab V : Penutup

Berisi tentang kesimpulan dan rekomendasi.

Kami berharap bahwa ***Roadmap Implementasi Ekonomi Syariah di Indonesia*** ini dapat menjadi acuan pengembangan ekonomi syariah di Indonesia dan terciptanya ekonomi syariah yang adil dan merata kepada seluruh lapisan masyarakat Indonesia.



Malang, 14 November 2019

Tim Penyusun





DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Kondisi Ekonomi Syariah	1
Dasar Pemikiran Arus Baru Ekonomi Syariah	5
Pokok Pikiran dan Nilai-nilai	11
Tujuan dan Manfaat	13
BAB II GAMBARAN UMUM MASTERPLAN EKONOMI SYARIAH 2019 – 2024	15
Penguatan Industri Halal	15
1. Makanan dan Minuman Halal	15
2. Fesyen Muslim	19
3. Pariwisata Halal	21
4. Kosmetik Halal	25
Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	28
Penguatan Keuangan Syariah	31
1. Perbankan Syariah	32
2. Pasar Modal Syariah	34
3. Asuransi Syariah	36
4. Zakat, Infak, Shodaqoh, dan Wakaf	37
Penguatan Ekonomi Digital	39



BAB III STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI SYARIAH DESA DAN PESANTREN DENGAN MODEL PANCAHELIX

45

Masyarakat Sasaran 45

1. Masyarakat Desa 45

2. Masyarakat Pesantren 50

Stakeholders pada Model Pancahelix dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Desa dan Pesantren

52

1. Akademisi 52

2. Corporate 54

3. Masyarakat 55

4. Pemerintah 55

5. LKBS & LKNBS 57

Model Pancahelix pada Program Pengembangan Desa dan Pesantren

58

BAB IV IMPLEMENTASI PROGRAM

61

Program Penguatan Industri Halal Pada Masyarakat Sasaran

61

Program Penguatan UMKM Pada Masyarakat Sasaran

65

Program Penguatan Keuangan Syariah Pada Masyarakat Sasaran

68

Program Penguatan Digital Ekonomi Pada Masyarakat Sasaran

70

1. Masyarakat Desa 71

2. Masyarakat Pesantren 73



BAB V PENUTUP	75
Kesimpulan	75
Rekomendasi dan Saran	76





BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Kondisi Ekonomi Syariah

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim mencapai 87,18 persen dari populasi 269,1 juta jiwa (*Global Islamic Economy Report*, 2019). Merupakan penduduk muslim terbesar di Dunia. Ini adalah ukuran pangsa pasar halal yang besar. Menurut laporan yang sama, Indonesia menempati peringkat ke-10 besar konsumen pada setiap sub-sektor dalam industri halal. Indonesia menempati peringkat ke-1 pada *top muslim food expenditure*, peringkat ke-5 pada kategori *top muslim travel expenditure*, peringkat ke-3 pada *top muslim apparel expenditure*, peringkat ke-5 pada *top muslim media expenditure*, dan peringkat ke-6 pada *top muslim pharmaceuticals expenditure*. Namun, pada ke-5 industri tersebut, Indonesia menempati posisi 10 besar sebagai produsen dalam pemeringkatan *Global Islamic Economy (GIE) Index*.

Bagi Indonesia, halal adalah potensi ekonomi yang belum secara maksimal dimanfaatkan. Meski begitu, berbagai langkah sudah diambil oleh Pemerintah dan semua pemangku kepentingan. Seperti disampaikan oleh Gubernur BI dalam pembukaan konferensi *halal lifestyle*, yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia dan Indonesia *Halal Lifestyle Center* (Inhalec). Konferensi ini merupakan bagian dari rangkaian kegiatan menuju



pertemuan tahunan IMF-World Bank 2018 dan Indonesia *Sharia Economic Festival* 2018.

TOP HALAL TOURIST DESTINATIONS 2019			
			SCORE
1		INDONESIA	78
1		MALAYSIA	78
3		TURKEY	75
4		SAUDI ARABIA	72
5		UTD ARAB EMIRATES	71
6		QATAR	68
7		MOROCCO	67
8		BAHRAIN	66
8		OMAN	66
10		BRUNEI	65
10		SINGAPORE	65
11		JORDAN	63
11		IRAN	63

Gambar 1.1. Rerking Tujuan Wisata Halal Negara Islam

Sumber : Global Muslim Travel Index (2019)

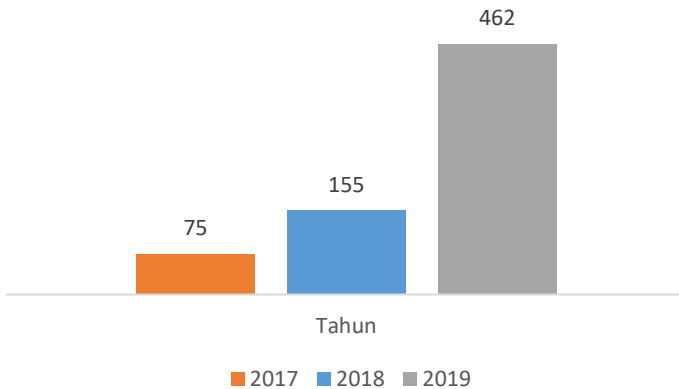
Baru-baru ini *Mastercard Crescent Rating Global Muslim Travel Index* (GMTI) merilis rerking negara-negara Organisasi Kerjasama Islam (*Organisation of Islamic Cooperation*) dimana Indonesia menduduki peringkat pertama negara yang disukai sebagai tujuan wisata halal oleh turis asing. Hal ini tidak lepas karena ekosistem *halal value chain* yang sudah dibangun sejak awal tahun 2014.

Sebagai bagian dari strategi membangun ekosistem *halal value chain* tersebut, BI telah melaksanakan berbagai program pengembangan ekonomi syariah di



sektor pertanian, makanan, fesyen, pariwisata, dan energi terbarukan. Dalam pelaksanaannya, BI membantu pemberdayaan ekonomi 134 pesantren di 31 wilayah Indonesia. Sementara itu, Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika (LPPOM) berperan sebagai lembaga otoritas sertifikasi halal. Produk yang telah disertifikasi oleh LPPOM MUI pada tahun 2015 mencapai 35.62 dari 33.905 perusahaan. Dalam UUD No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal ditegaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal mulai tahun 2019.

Selain perkembangan pesat disektor *halal industry*, ekonomi digital syariah di Indonesia kian semakin mengalami peningkatan yang pesat. Ekonomi digital muncul dari perpaduan ekonomi dan teknologi. Ruang lingkupnya dikerucutkan dalam bisnis *e-commerce* dan *fintech*. Menurut laporan *Thomson Reuters* (2015), ekonomi syariah digital memiliki pasar yang potensial di beberapa sektor industri, mulai dari pendidikan, makanan halal, pariwisata halal, fesyen Muslim, farmasi dan kosmetik halal, dan keuangan syariah. Potensi yang paling besar terdapat di sektor *fesyen* Muslim, farmasi dan kosmetik, serta keuangan syariah. Bentuk produk ekonomi digital yang paling strategis untuk dikembangkan adalah dari sisi *e-commerce*, mulai dari retail, marketplace, dan *sharing economy*.



Gambar 2.1. Perkembangan Digital Ekonomi Indonesia
Sumber : Laporan OJK (2019)

Pemerintah Indonesia mulai memperhatikan potensi dan mengeluarkan beberapa regulasi untuk mengembangkan sektor ini. Di antaranya adalah Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM 2015-2019 untuk mengembangkan sektor UMKM melalui ekonomi digital, Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika 2015-2019, Making Indonesia 4.0 oleh Kementerian Perindustrian, dan Peta Jalan *E-Commerce* oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Di Indonesia, ada 3 regulator yang mengatur layanan keuangan dan transaksi berbasis digital. Yaitu, Bank Indonesia, OJK, dan Kominfo.



Dasar Pemikiran Arus Baru Ekonomi Syariah

Pemikiran ahli ekonomi syariah di Indonesia kian semakin bermunculan, salah satu ahli Ekonomi Syariah Indonesia adalah Prof Kh. Ma'ruf Amin, jejak karir beliau di dunia ekonomi syariah sudah tidak diragukan lagi pernah menjabat sebagai Ketua MUI Indonesia dan DSN Syariah Indonesia. Pada tahun 2018 beliau dikukuhkan sebagai Profesor Bidang Hukum Ekonomi Syariah di Kampus Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam pidatonya beliau menyampaikan konsep mengenai *Arus Baru Ekonomi Indonesia*. Suatu gagasan konseptual yang telah dilengkapi pula dengan rekomendasi program, sehingga untuk selanjutnya secara ringan dapat dilabeli dengan istilah *Ma'rufnomics*.

Secara garis besar *Arus Baru Ekonomi Indonesia* atau *Ma'rufnomics* tersebut, sesuai penjelasan Kiai Ma'ruf sendiri dalam beberapa kesempatan, disandarkan kepada Sila ke-5 Pancasila yang wujudnya adalah ekonomi kerakyatan yang berkeadilan sosial. Titik penekanannya adalah dengan meratakan kesenjangan antara si kaya dengan si miskin, yang kuat dengan yang lemah, antardaerah dan antara produk lokal dengan global. Membangun yang lemah bukan dengan melemahkan yang kuat, apalagi dengan membenturkan yang lemah dengan yang kuat. Membangun yang lemah dengan menguatkan yang lemah melalui



kolaborasi kemitraan antara yang kuat dengan yang lemah. Sehingga *output*-nya adalah kesejahteraan bagi seluruh rakyat. Adapun poin penjabarannya beliau bagi ke dalam beberapa konteks.

Pertama, Ketimpangan Ekonomi. Penekanan Kiai Ma'ruf terhadap persoalan ketimpangan ekonomi ini menemukan pijakannya pada realitas yang ada. Data menunjukkan bahwa kekayaan 50 persen penduduk Indonesia terus menurun dalam lima tahun terakhir, dari 3,8 persen total kekayaan nasional menjadi 2,8 persen. Hal ini tercermin pula pada penguasaan 1 persen penduduk terkaya terhadap 45 persen kekayaan nasional. Sebagaimana lembaga *Oxfam International* dalam laporannya pada 2017 mengilustrasikan "Empat miliarder terkaya Indonesia memiliki kekayaan lebih dari gabungan 100 juta orang termiskin." Laporan *Oxfam* juga mengungkap telah terjadi konsentrasi kekayaan pada kelompok kaya di Indonesia dalam 15 tahun terakhir. Kekayaan tersebut sebagian besarnya diperoleh dari sumber daya alam dan komoditas seperti kelapa sawit, batu bara, dan mineral lainnya. Selain itu, kekayaan mereka juga diperoleh dari sektor keuangan, teknologi komunikasi, dan multimedia. Kelompok kaya tersebut telah menggabungkan kekayaan senilai 49,8 miliar dolar AS, sementara 84 persen penduduk Indonesia lainnya memiliki kekayaan yang kurang dari 10 ribu dolar AS. Tidaklah mengejutkan ketika Credit Suisse pada 2016 menobatkan Indonesia memiliki



ketimpangan pendapatan terburuk keenam dunia setelah Rusia, Denmark, India, Amerika, dan Thailand. Isu ketimpangan inilah yang memperlambat upaya peningkatan angka pertumbuhan dan pengurangan kemiskinan. Ketimpangan juga mengancam kohesi sosial serta memicu dorongan untuk terlibat paham radikalisme dan terorisme.

Kedua, Ekonomi Umat, istilah ekonomi umat sebenarnya merujuk pada ekonomi berbasis nilai universal. Umat yang dimaksud tentunya adalah seluruh umat beragama yang saling berinteraksi dalam bingkai Pancasila, UUD 1945, Bhinneka Tunggal Ika, dan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Ekonomi umat bukanlah milik umat Islam semata. Ketika ekonomi umat dikembangkan dalam koridor umat Islam sebagai mayoritas, tidak berarti mengesampingkan umat minoritas lainnya. Mengembangkan ekonomi umat berarti memberdayakan semuanya, menitikberatkan pada pemerataan, keadilan sosial, dan kepedulian guna memperkecil ketimpangan ekonomi saat ini.

Ekonomi umat telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam 30 tahun terakhir. Ia berkembang dalam bentuk lembaga perbankan syariah dan telah diadaptasi oleh lembaga keuangan lainnya seperti sektor asuransi, pegadaian, hingga pasar modal dan pasar komoditas berbasis syariah. Peningkatan terjadi tidak hanya dalam hal aset, namun juga dalam



variasi produk, kesadaran, dan pemahaman terhadap keuangan syariah di kalangan pelaku industri dan masyarakat, serta kerangka regulasi yang relatif sudah lengkap dan komprehensif.

Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank ditengarai turut mempengaruhi secara positif pertumbuhan ekonomi umat terutama di sektor perbankan syariah. Setelahnya, terjadi pergeseran dana masyarakat yang signifikan dari bank konvensional ke bank syariah. Perkembangan perbankan syariah ini didukung tidak hanya oleh pemerintah pusat, melainkan pula oleh pemerintah daerah. Misal pada 2016 telah dilakukan konversi Bank Pembangunan Daerah Aceh (Bank Aceh) yang memiliki aset senilai Rp 20 triliun menjadi bank syariah. Selanjutnya menyusul Bank Pembangunan Daerah NTB yang juga melakukan konversi ke perbankan syariah. Aksi korporasi serupa tentu akan dapat terus meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah yang per Desember 2017 telah mencapai 5,33 persen.

Perkembangan kinerja keuangan syariah tidak hanya terjadi pada sektor perbankan, namun juga pada asuransi syariah, pembiayaan syariah, dan pasar modal syariah (berupa produk sukuk, reksadana syariah, dan sukuk negara syariah), serta lembaga keuangan non-bank syariah lainnya. Selain pangsa pasar perbankan syariah sebesar 5,33 persen, sukuk negara telah mencapai 14,82 persen, sukuk korporasi mencapai 3,99



persen, reksadana syariah mencapai 4,40 persen, lembaga pembiayaan syariah mencapai 7,24 persen, lembaga keuangan syariah mencapai 9,93 persen, lembaga keuangan mikro syariah mencapai 22,26 persen, dan asuransi syariah mencapai 3,44 persen. Jika saham emiten dan perusahaan publik yang memenuhi kriteria syariah juga dimasukkan, maka produk keuangan tersebut telah mencapai 55,13 persen dari total kapitalisasi pasar saham yang tercatat di Bursa efek Indonesia.

Sementara di sektor riil masih ditemukan berbagai tantangan dan persoalan. Diperlukan redistribusi dan optimalisasi sumber daya alam secara arif dan berkelanjutan. Koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah juga perlu digerakkan untuk mampu menjadi pelaku usaha di kancah perekonomian nasional. Kemitraan yang sejajar dan memberdayakan perlu dibangun antara usaha besar dengan usaha kecil dalam suatu sistem produksi dan pasar yang terintegrasi.

Ketiga, Ide Terobosan, salah satu terobosan dalam merevitalisasi ekonomi umat adalah penyaluran kredit ultramikro oleh pemerintah. Terdapat anggaran sejumlah Rp 1,5 triliun berupa investasi pemerintah yang diperuntukkan bagi lapangan usaha pada level di bawah usaha mikro (ultramikro) yang tidak dijangkau oleh program KUR dan sejenisnya. Kredit ultramikro ini dibuat sebagai evaluasi terhadap program KUR



yang banyak kelemahan. Salah satu kelemahan KUR adalah penggunaan instrumen perbankan dalam penyalurannya dengan berbagai kerumitan persyaratan dan administrasi. Sementara pelaku usaha mikro dan kecil hampir seluruhnya tidak bankable. Sedangkan kredit ultramikro disalurkan melalui lembaga keuangan bukan bank, seperti koperasi, BMT, dan koperasi pesantren.

Salah satu peran Kiai Ma'ruf dalam mendorong agar porsi terbesar penyaluran kredit ultramikro tersebut dapat dilakukan melalui NU, Muhammadiyah, dan lembaga-lembaga keumatan lainnya. Hal tersebut sebagaimana tertuang dalam rekomendasi Kongres Ekonomi Umat 2017 yang diselenggarakan oleh MUI di Jakarta pada April 2017 yang lalu.

Ketika *Ma'rufnomics* bertujuan untuk mengatasi ketimpangan guna mewujudkan ekonomi kerakyatan yang berkeadilan, maka ia sejatinya merevitalisasi ekonomi umat. Dalam hal ini, inklusivitas program adalah ciri utama dari revitalisasi ekonomi umat. Oleh karenanya, bila *Ma'rufnomics* ingin sungguh-sungguh dijadikan arus baru ekonomi Indonesia, maka perlu senantiasa ditekankan keberpihakannya dalam membangun sistem perekonomian nasional yang adil, merata, dan mandiri dalam mengatasi kesenjangan ekonomi.



Pokok Pikiran dan Nilai-nilai

Ide pemikiran Kiai Ma'ruf Amin yakni *Arus Baru Ekonomi Indonesia* didukung oleh beberapa tulisan dan buku-buku beliau yang sudah diterbitkan dan dibaca publik. Peluncuran buku beliau tahun 2019: "*Asia's New Tiger Economy The Ma'ruf Amin Way*" mencuri perhatian komunitas ekonomi Tanah Air. Buku tersebut membawa nilai-nilai luhur sebagai wujud dari vaule yang harus terimplementasi melalui konsep *Arus Ekonomi Baru Indonesia* atau *ma'rufnomic*. Menurut pakar ekonomi buku tersebut dinilai berhasil mengintegrasikan tiga aspek penting secara bersamaan, yaitu sistem ekonomi Pancasila, kondisi ekonomi kekinian, dan pemikiran ekonomi syariah KH Ma'ruf Amin. Pemikiran-pemikiran KH Ma'ruf Amin yang didemonstrasikan secara apik di buku ini memaknai bahwa ekonomi harus berdasarkan nilai keadilan, keumatan/kerakyatan, kedaulatan dan kemitraan. Penjelasan mengenai nilai-nilai pemikiran Kiai Ma'ruf Amin dapat diilustrasikan sebagai berikut:

a. Nilai Keadilan

Bahwa keadilan ekonomi harus didasari ekonomi moral yang memiliki spirit nilai-nilai keagamaan (ekonomi syariah), kemanusiaan, dan keadilan sosial. Dalam menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan, ekonomi harus dikelola untuk kemaslahatan bersama. Nilai-nilai itu sama dengan prinsip dalam ekonomi



syariah. Pakar ekonomi menilai bahwa nilai tersebut juga bisa dimaknai keberpihakan terhadap kelompok ekonomi kecil akan jadi fokus utama. Itu sebagai antitesa ekonomi yang condong kapitalistik. Kekayaan tidak boleh hanya beredar pada orang kaya saja tapi terdistribusi kepada seluruh komponen rakyat.

b. Nilai Keumatan

Untuk ekonomi keumatan, berarti ekonomi kerakyatan. Selama ini, tata kelola ekonomi dinilai cenderung lebih mengutamakan para pengusaha besar yang diharapkan dapat menetes ke bawah. Oleh karena itu, diperlukan semangat demokrasi ekonomi dimana sumber daya alam yang berasal dari rakyat, dikelola oleh rakyat dan hasilnya dinikmati oleh rakyat. Kiai Ma'ruf mendukung pendekatan ekonomi dari bawah ke atas (*bottom up*) dan meninggalkan pendekatan *top down* dari atas ke bawah. Pendekatan *bottom up* disebutkan telah dicanangkan MUI sebagai konsep era ekonomi baru di Indonesia. Beliau berpendapat bahwa ke depannya, ekonomi nasional harus ditopang oleh ekonomi umat, bukan hanya ditopang oleh segelintir konglomerat.

c. Nilai Kedaulatan

Sedangkan nilai kedaulatan berisikan semangat nasionalisme ekonomi yang memegang prinsip kemandirian dan memberdayakan yang lemah agar



memiliki daya saing. Indonesia memiliki kekayaan yang melimpah sudah selayaknya ekonomi nasional ditopang dari kekuatan dan kemampuan anak bangsa. Nilai kedaulatan ekonomi ini membawa bangsa Indonesia yang berkembang, maju dan mandiri dalam ekonomi.

d. Nilai Kemitraan

Nilai ini bersasar pada mengkolaborasi antara pengusaha, antara pengusaha yang lemah dengan yang kuat dan masyarakat. Bukan harus melemahkan yang kuat tetapi menguatkan yang lemah, sehingga terjadi penguatan-penguatan, baik yang kuat juga yang lemah sama-sama kuat. Membangun yang lemah bukan dengan melemahkan yang kuat, apalagi dengan membenturkan yang lemah dengan yang kuat. Membangun yang lemah dengan menguatkan yang lemah melalui kolaborasi kemitraan antara yang kuat dengan yang lemah. Itulah lahir program aset dan kemitraan. Konglomerat bermitra dengan usaha masyarakat. Sehingga outputnya adalah kesejahteraan bagi seluruh rakyat.

Tujuan dan Manfaat

Penyusunan *Roadmap* Implementasi Ekonomi Syariah ini memiliki beberapa tujuan dan manfaat sebagai berikut:



- a. Menguraikan nilai-nilai pokok pikiran Ekonomi Syariah Kiai Maruf Amin tentang konsep *Arus Baru Ekonomi Indonesia* atau *Ma'rufnomic*.
- b. Merumuskan nilai-nilai pokok *Arus Baru Ekonomi Indonesia* atau *Ma'rufnomic* ke dalam program atau kegiatan yang implementatif dan berorientasi pada masyarakat sasaran (Masyarakat Desa dan Masyarakat Pesantren)
- c. Sebagai salah satu bentuk alternatif konsep Ekonomi Syariah di Indonesia yang terukur dan implementatif pada masyarakat kecil.

Sebagai implementasi Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019 – 2024 yang dikeluarkan oleh Bappenas.



BAB II

GAMBARAN UMUM MASTERPLAN EKONOMI SYARIAH 2019-2024

Penguatan Industri Halal

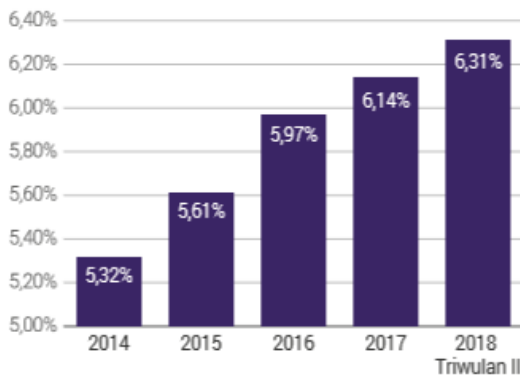
Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam selayaknya bisa menjadi pusat pertumbuhan ekonomi syariah. Sejalan dengan bertambahnya penduduk Muslim di Indonesia, maka kebutuhan industri halal akan meningkat. Hingga saat ini, industri halal tidak hanya diminati oleh umat Islam saja. Karena industri halal lebih mengedepankan manfaat, maka industri halal mendapat sambutan yang baik oleh agama-agama yang ada di Indonesia. Di industri halal terdapat sejumlah aspek yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat yang terbagi menjadi beberapa bidang, seperti:

1. Makanan dan Minuman Halal

Industri makanan halal di Indonesia telah meningkat pesat dengan bermacam-macam produk, beraneka ragam budaya Indonesia yang kaya dengan berbagai jenis makanan olahan dan cita rasa. Dalam nilai makanan halal, produk pertanian menjadi supplier yang berada pada sisi awal dari nilai makanan halal. Hal ini menjadi kunci dasar pengolahan bahan baku



menjadi produk halal yang siap dikonsumsi. Selama kurun waktu lima tahun terakhir, sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan, berkontribusi sebesar 13,63 persen terhadap produk domestik bruto (PDB). Sebagian produk dan jasa berasal dari subsektor pertanian, peternakan, perburuan, dan jasa pertanian yaitu 10,4 persen dari total PDB pada triwulan II-2018 (Bapenam, 2019). Sebagaimana tertera dalam grafik 2.1



Grafik 2.1 Kontribusi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman Terhadap PDB 2014-2018

Sumber: BPS (2018)

Sertifikasi Halal di Indonesia sepenuhnya ditangani oleh LPPOM MUI. Namun berdasarkan UU No 33 Tahun 2014 akan diserahkan kepada BPJPH di bawah Kementerian Agama. Logo Halal MUI sudah dikenal di seluruh dunia dan diakui oleh berbagai badan sertifikasi halal. Produk yang mencantumkan label halal menjadi pilihan utama Muslim secara nasional dan global.



Sertifikat halal telah mendapatkan pengakuan 48 badan sertifikasi asing di 22 negara. Sementara itu, pada 8 Februari 2018 MUI telah mengakui lembaga sertifikasi asing (Certification Bodies/CB) dari 45 negara (Bapepam, 2019).

**DATA SERTIFIKASI HALAL LPPOM MUI PUSAT
PERIODE 2012 - OKT 2017**

TAHUN	JUMLAH PERUSAHAAN	JUMLAH SH	JUMLAH PRODUK
2012	626	653	19830
2013	913	1092	34634
2014	960	1310	40684
2015	1052	1404	46260
2016	1335	1789	65594
Okt - 2017	1169	1516	52982
TOTAL	6055	7764	259984

Tabel 2.1 Jumlah Produk Sertifikasi Halal LPPOM

Sumber: LPPOM MUI (2017)

Sertifikasi halal dari LPPOM MUI berperan penting sebagai pemeriksaan proses produk tertentu dan memenuhi persyaratan higienis, sanitasi, dan keselamatan. Produk yang disertifikasi halal dapat menggunakan logo halal merek dagang terdaftar. Keunggulan kompetitif diperoleh oleh perusahaan dengan sertifikasi halal, terutama jika mereka ingin menembus komunitas Muslim di banyak negara.

Dari fenomena yang telah terkaji saat ini, maka ada beberapa hal yang menjadi sasaran percepatan industri halal agar dapat berkembang dengan cepat:



a. Percepatan peraturan terkait dengan halal industri

Perkembangan industri makanan dan minuman halal perlu didukung oleh penguatan aspek hukum. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat peraturan untuk perlindungan industri. Salah satu peraturan yang paling penting dan sangat berpengaruh dalam pengembangan Industri halal adalah peraturan pemerintah terkait BPJPH.

b. Sistem Informasi Halal

Permasalahan yang penting tentang produk-produk Indonesia yang utama adalah banyaknya produk yang belum terlabel dengan sertifikasi halal. Makanan dan minuman halal ditopang oleh industri kelas mikro, kecil, dan menengah, yang belum memprioritaskan sertifikasi halal.

c. Pembangunan Lembaga Penjamin Halal

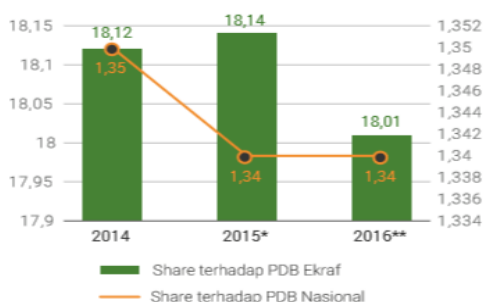
Pembangunan Lembaga Penjamin Halal di seluruh Indonesia dapat dibentuk dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan terkait. Diantaranya seperti perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan instansi pemerintah. Mereka mempunyai peran sebagai garda depan dalam pengembangan industri makanan dan minuman halal. Contohnya kerja sama dengan halal center yang ada pada universitas dapat menjadi fondasi penguatan industri makanan dan minuman



halal. Halal Center pada universitas menjadi penyambung antar pemangku kepentingan dalam industri makanan dan minuman halal.

2. Fesyen Muslim

Industri fesyen saat ini menjadi subsektor dari bidang ekonomi kreatif. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) mencatat pada tahun 2016, industri fesyen menyumbang sekitar 18,01 persen terhadap PDB Ekonomi Kreatif. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif terhadap perekonomian Indonesia adalah sebesar 7,44 persen dengan laju pertumbuhan rata-rata sebesar 3,63% (Laporan PDB Ekonomi Kreatif Tahun 2014 – 2016).



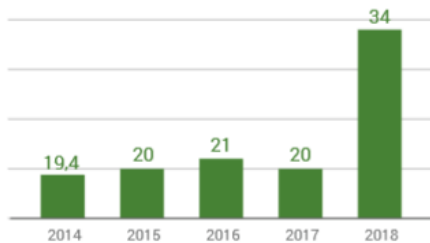
Grafik 2.2
Kontribusi fesyen terhadap perekonomian dalam %
Sumber: BPS dan Bekraf (2017)

Jika dilihat dari tren 2014 – 2016, kontribusi sub sektor fesyen terhadap PDB nasional cukup stabil di kisaran 1,35 – 1,34 persen. Sedangkan kontribusi terhadap PDB ekonomi kreatif mengalami penurunan



pada 2016. Dari sisi PDB, baik atas harga konstan maupun atas harga berlaku, keduanya menunjukkan tren positif namun dengan laju pertumbuhan yang cukup fluktuatif. Kementerian Perindustrian mencatat kontribusi bidang fesyen Muslim dalam PDB subsektor fesyen sebesar 28,9 persen pada 2016 (Bapepam, 2019)

Secara global, pada tahun 2018 Indonesia menduduki peringkat ke-2 dalam top 10 GIE score Indonesia dalam bidang fesyen Muslim dan menduduki peringkat ke-3 sebagai negara dengan pengeluaran Muslim apparel tertinggi. Angkanya sekitar 7,4 persen dari global expenditure. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia merupakan negara yang terpendang di bidang fesyen Muslim.



Grafik 2.3

GIE Score Indonesia dalam bidang Modest Fesyen

Sumber: State of the Global Islamic Economy Report 2014 -2018

Penyebab berkembangnya performa Indonesia dalam bidang industri fesyen Muslim di dunia karena keaktifan designer Indonesia seperti Dian Pelangi dan Barli Asmara dalam menyelenggarakan berbagai



pagelaran pameran fesyen Muslim ditingkat internasional. Di antaranya adalah Indonesian Muslim Fesyen Week, the International Indonesian Islamic Fesyen Fair, Muslim Fesyen Festival Indonesia, dan yang terbaru adalah Modest Fesyen Summit pada Desember 2018.

Dari fenomena yang telah terkaji saat ini, maka ada hal yang menjadi sasaran percepatan fesyen muslim agar dapat berkembang dengan cepat yaitu promosi produk fesyen muslim designer Indonesia melalui media sosial. Tantangan terbesar yang dihadapi oleh pelaku usaha fesyen Muslim adalah derasnya barang imitasi dengan harga yang murah dengan kualitas yang tidak begitu baik. Hal ini dapat mengakibatkan konsumen akan berpindah permintaannya pada barang impor daripada produk fesyen muslim dalam negeri.

3. Pariwisata Halal

Pariwisata adalah salah satu sektor unggulan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional Indonesia, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menjelaskan bahwasanya dalam beberapa tahun terakhir ini, kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional semakin besar. Meningkatnya jumlah destinasi dan investasi pariwisata, mendorong sektor ini menjadi faktor utama dalam pendapatan devisa, penyerapan tenaga kerja, dan pengembangan usaha serta



infrastruktur. Selain itu, pariwisata juga menjadi salah satu sektor terbesar dan tercepat pertumbuhannya dibandingkan sektor lain (UNWTO Tourism, 2014).

Perkembangan pariwisata global yang semakin signifikan secara tidak langsung juga berdampak positif kepada negara berkembang, tidak terkecuali dengan Indonesia. Dalam laporan WTTC (2018) Indonesia menempati peringkat ke-9 dari 10 besar pariwisata terkuat di dunia.

No	Negara	Ranking	Overall Score
1.	China	1	1.50
2.	Amerika	2	2.50
3.	India	3	4.25
4.	Meksiko	4	6.75
5.	Inggris	5	8.00
6.	Spanyol	6	9.25
7.	Turki	7	10.75
8.	Kanada	8	13.00
9.	Indonesia	9	14.25
10.	Australia	10	14.75
11.	Uni Emirat Arab	11	14.75
12.	Thailand	12	15.50
13.	Filipina	13	19.75
14.	Malaysia	14	19.75
15.	Swedia	15	24.00

Tabel 2.2

Daftar Travel & Tourism Countries Power Ranking per 2017

Sumber: Laporan Travel & Tourism Economic Impact World
(WTTC, 2018)

Ada 2 faktor pendukung pariwisata halal di Indonesia, yaitu internal dan eksternal. Dari segi faktor internal yaitu keberagaman sumber daya alam dan



jumlah sumber daya manusia yang banyak. Berdasarkan sensus penduduk 2010, jumlah penduduk Indonesia mencapai angka 237.641.326 jiwa (BPS, 2010). Apabila diklasifikasikan, Islam merupakan agama dengan pemeluk terbesar yaitu berjumlah 207.176.162 jiwa atau 87 persen dari total populasi. Data tersebut mengindikasikan bahwa negeri ini sangat tepat untuk mengadopsi konsep pariwisata halal. Sedangkan dari faktor eksternal meliputi laporan GMTI 2018 tentang destinasi wisata ramah Muslim di dunia, penghargaan pariwisata halal dalam World Halal Tourism Awards 2016, dan kunjungan wisatawan.

Dari fenomena yang telah terkaji saat ini, maka ada beberapa hal yang menjadi sasaran percepatan pariwisata halal agar dapat berkembang dengan cepat:

a. Membentuk paket tour guide wisata halal

Setiap daerah di Indonesia memiliki keunggulan pariwisata masing-masing dalam menarik para wisatawan, diantaranya dari aspek kekayaan alam dan budaya. Karakter budaya masyarakat di daerah menjadi aspek penting yang cukup diperhitungkan dalam menarik wisatawan. Untuk meningkatkan *branding* pariwisata yang bisa menyasar pangsa pasar secara luas, perlu dibangun tour guide paket-paket wisata halal berupa alam, budaya, serta pusat perbelanjaan yang ditunjang infrastruktur yang baik di daerah destinasi wisata unggulan pariwisata halal.



Pemerintah dan masyarakat daerah juga mempunyai peran penting dalam menarik wisatawan untuk berkunjung pada pariwisata halal tersebut.

b. Promosi pariwisata halal melalui media sosial dan pameran pariwisata

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, media sosial menjadi sarana yang efektif dan cepat dalam penguatan branding pariwisata halal. Oleh karena itu, diperlukan sebuah badan khusus di tingkat pusat maupun daerah untuk mempromosikan pariwisata halal melalui media sosial untuk mendapatkan tingkat kewaspadaan dalam bersaing dengan destinasi wisata lainnya. Pameran pariwisata halal adalah salah satu program yang harus dijalankan secara berkelanjutan baik dalam negeri maupun luar negeri. Dalam jangka pendek, pameran pariwisata halal diharapkan menjadi sarana promosi kepada masyarakat luas. Dalam jangka panjang, pameran wisata halal menjadi penguat branding pariwisata Indonesia dalam skala global. Kementerian Pariwisata dapat memimpin koordinasi dalam pelaksanaan pameran tersebut, bekerja sama dengan dinas pariwisata daerah, industri pendukung, hingga operator pariwisata halal di seluruh wilayah Indonesia.

c. Pembentukan dan pengesahan peraturan terkait pariwisata halal



Belum terdapat undang-undang yang mengatur pelaksanaan pariwisata halal di Indonesia, meskipun di beberapa daerah sudah ada pembentukan pariwisata halal. Diperlukan inovasi baru dalam proses pembentukan dan pengesahan undang-undang pariwisata halal demi mewujudkan cita-cita Indonesia menjadi pusat pariwisata halal terbaik di dunia. Pemerintah daerah dapat merumuskan peraturan daerah tentang Pariwisata Halal dan mengesahkannya bersama dengan wakil rakyat tingkat daerah, selanjutnya pemimpin daerah menjadi ujung tombak perumusan pelaksanaannya sehingga mempunyai daya saing dalam meningkatkan pariwisata daerah.

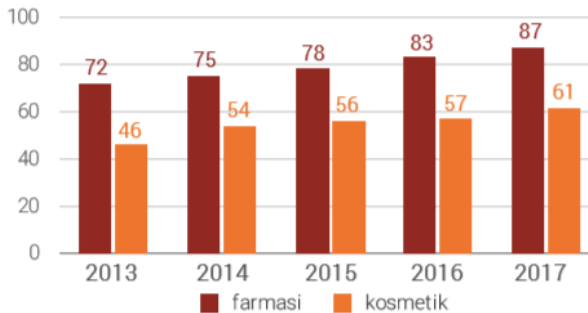
4. Kosmetik Halal

Pasar kosmetik Indonesia cukup berpotensi dimana penduduk perempuan di Indonesia yang mencapai 118 juta orang adalah potensi pasar yang tak bisa diabaikan. Sebagai negara yang mayoritas muslim, kualitas dan bahan yang digunakan dari kosmetik tersebut, diantaranya unsur kehalalan produk menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk (Indika & Lainufar, 2016).

Pada tingkat global industri kosmetik dan farmasi mengalami tren perkembangan yang baik dari tahun ke tahun. Pada 2017 nilai industri kosmetik naik sebesar 5 persen. Produk perawatan kulit diprediksikan akan tumbuh sebesar 31 persen selama 2017-2022 dan akan dipimpin oleh daerah Asia Pasifik. Hal tersebut



dilatarbelakangi oleh naiknya kesadaran terhadap perawatan kulit, ekspansi perusahaan serta naiknya konsumsi kelas menengah di Asia Pasifik, Timur Tengah dan Afrika (Bapepam, 2019)



Grafik 2.4

Konsumsi Global Muslim terhadap Farmasi Kosmetik (Miliar US\$)

Sumber: Sumber: Global Islamic Economy Report (2018)

Pada industri farmasi global terdapat empat peluang yang dapat dimanfaatkan. Penjualan obat Over the counter atau OTC (obat yang dapat dibeli secara bebas tanpa resep dokter) diperkirakan akan didominasi oleh Asia Pasifik sebesar 36 persen hingga 2022. Kategori obat tidur dan penenang juga diprediksikan mengalami kenaikan penjualan selama 2017-2022. Faktor yang mempengaruhi hal ini yaitu meningkatnya tingkat stress pada masyarakat, tingginya tingkat kesibukan, dan gaya hidup yang serba cepat dan modern.



Dari fenomena yang telah terkaji saat ini, maka ada beberapa hal yang menjadi sasaran percepatan fesyen Muslim agar dapat berkembang dengan cepat:

a. Sosialisasi gaya hidup halal dan membentuk brand ambassador kosmetik halal

Kesadaran masyarakat Indonesia saat ini cukup tinggi serta kritis untuk mengetahui komposisi dan status halal pada produk kosmetik. Karena banyaknya produk kecantikan abal-abal yang masuk tanpa izin dari LPPOM dan BPOM. Promosi produk-produk kecantikan yang tidak memiliki label halal menggaet artis dalam maupun luar negeri sebagai duta atau brand ambassador. Masyarakat kita masih banyak yang memandang baik buruknya suatu produk kosmetik tergantung pada brand ambassador yang mempromosikan. Oleh karena itu perlu adanya sosialisasi gaya hidup halal oleh produk kosmetik halal yang telah berkembang dengan menggaet artis-artis baik dalam maupun luar negeri.

b. Kerjasama BPOM dan LPPOM terkait peredaran kosmetik halal

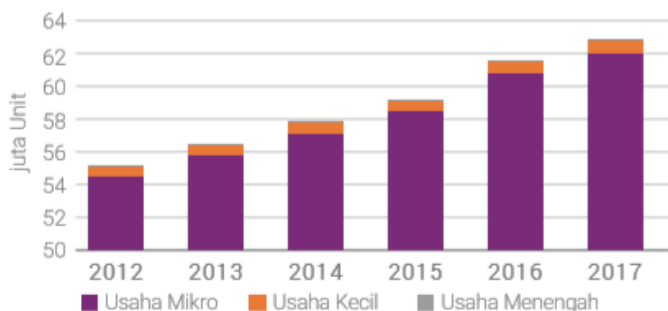
BPOM dan LPPOM merupakan lembaga yang mengatur, mengawasi serta mengkaji peredaran farmasi dan kosmetik di Indonesia. Kerja sama dua lembaga ini dalam menetapkan peraturan akan menguatkan industri farmasi dan kosmetik halal.



Dengan adanya peraturan yang ketat terhadap bahan baku kosmetik halal akan meningkatkan kualitas dan eksistensi peredaran kosmetik halal di Indonesia.

Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian Indonesia. Jaringannya tersebar ke berbagai pelosok negeri yang merangkul dan menghidupkan potensi masyarakat luas, sehingga kehidupan mereka berkembang menjadi lebih baik. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2017). Jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Sejak 2012 hingga 2017 perkembangan UMKM mencapai 13,98 persen. Pada tahun 2017, jumlah UMKM telah mencapai 62.922.617 unit. Jauh lebih besar dibandingkan usaha besar yang hanya berjumlah 5.460 unit. Jumlah ini didominasi oleh usaha mikro sebanyak 62 juta (98,7 persen), dengan usaha kecil dan menengah sebesar 815 ribu unit atau hanya 1,3 persen.



Grafik 2.5

Perkembangan UMKM di Indonesia

Sumber: Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM (2017)

Bank BUMN, baik syariah maupun konvensional, menyumbang 50 persen dari penyaluran dana pada sektor ini. Akses pendanaan ini perlu dibuka lebih lebar untuk UMKM agar mampu mengembangkan usahanya lebih baik lagi. Hambatan pendanaan ini sudah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, akan tetapi dalam praktiknya penyaluran kepada UMKM masih minim.

Hambatan selanjutnya adalah mengenai sertifikasi halal. Esensi dari industri halal adalah adanya jaminan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan sudah halal dan aman dikonsumsi khususnya untuk konsumen Muslim. Berdasarkan data Kementerian K-UKM, terdapat 1.500 UMKM sedang dalam bantuan mendapatkan sertifikasi halal, merek, hak cipta, dan lain-lain. Di lapangan, kendala yang dihadapi oleh pengusaha UMKM adalah mahalnya proses sertifikasi



halal sehingga tidak semua pelaku usaha mampu mengajukan. Padahal, Kementerian K-UKM menjelaskan adanya sertifikasi halal gratis, tapi peminatnya tidak juga banyak. Pemerintah menyatakan tetap harus menjalankan sistem jemput bola. Di sini terlihat adanya kesenjangan antara inisiatif pemerintah dengan yang dirasakan pengusaha UMKM.

Permasalahan selanjutnya banyak pelaku usaha yang tidak sadar tentang syarat dan ketentuan sesuatu hal dikategorikan halal. Kendala lainnya adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) untuk melakukan pengawasan dan pengecekan proses halal dari hulu ke hilir. Saat ini misalnya, kurangnya tenaga pengawas untuk rumah potong hewan dan di pasar-pasar tradisional.

Sementara permasalahan dari sisi bisnis, UMKM kesulitan mencari mentor untuk konsultasi pengembangan bisnis, agar bisa naik kelas dari usaha mikro menjadi usaha kecil, dari usaha kecil menjadi usaha menengah, serta dari usaha menengah menjadi usaha besar. Pelaku bisnis UMKM memerlukan pendampingan untuk mengembangkan bisnis agar lebih bisa bersaing di ekonomi digital. Situs belanja daring seperti Bukalapak memiliki sarana mempertemukan lembaga pembiayaan syariah untuk UMKM, akan tetapi masih sedikit pelaku usaha yang menggunakan layanan tersebut. Dari pernyataan ini, terlihat indikasi kurang familiarnya pelaku usaha



UMKM Indonesia terhadap layanan keuangan digital yang berpotensi menjadi sumber modal untuk mengembangkan usaha.

Dari fenomena yang telah terkaji saat ini, maka ada beberapa hal yang menjadi sasaran Lembaga Keuangan Syariah terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah agar dapat berkembang dengan cepat yaitu dengan memfasilitasi pembiayaan serta pendampingan sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan. Apabila lembaga keuangan syariah dan UMKM dapat bersinergi dengan baik, maka akan meningkatkan potensi ekonomi syariah di Indonesia. Dengan adanya perhatian dari Lembaga Keuangan Syariah terhadap UMKM akan terjadi ikatan yang saling menguntungkan. Dalam hal ini, instrumen Islam berupa zakat dan wakaf produktif dapat berkecimpung dalam memberikan pembiayaan pada UMKM dengan menggandeng Lembaga Keuangan Syariah.

Penguatan Keuangan Syariah

Ekonomi syariah berusaha untuk memonitoring agar semua sumber daya ekonomi atau faktor produksi dapat terjaga kelancaran aliran atau distribusinya (wealth and income distribution), menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Keuangan syariah di Indonesia telah berkembang sejak kelahiran Bank Muamalat Indonesia. Sektor keuangan syariah di Indonesia mencakup perbankan syariah, pasar modal syariah,

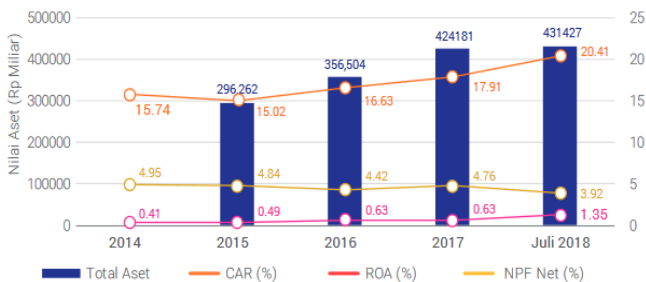


asuransi syariah (takaful), serta zakat, infak, shodaqoh, dan wakaf.

1. Perbankan Syariah

Industri keuangan syariah Indonesia dalam Global Islamic Economy Index (GIEI) 2018-2019 menempati posisi ke-8 di dunia, meningkat dua poin setelah di tahun sebelumnya Indonesia menempati posisi ke-10. Oleh karena itu, Indonesia mempunyai potensi untuk ikut serta meningkatkan perkembangan syariah di dunia.

Per bulan Juli 2018, aset bank syariah telah mencapai Rp 431.4 triliun dengan CAR 20.41 persen, ROA 1.35 persen, serta NPF Net sebesar 3.92 persen. Sementara itu, jika dilihat melalui total aset perbankan syariah menurut data Kementerian Keuangan sampai April 2018, total aset perbankan syariah Indonesia mencapai Rp 435 triliun atau 5,79 persen dari total aset industri perbankan nasional. Sebagaimana terlihat dalam grafik 2.6.



Grafik 2.6
Kondisi kinerja bank syariah di Indonesia (2014-2018)



Sumber: OJK (2018)

Identifikasi masalah perbankan syariah yang terjadi hingga saat ini yaitu pertama, adalah pangsa pasar yang jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan perbankan konvensional. Karena potensi pasar tidak dibarengi dengan pertumbuhan pangsa pasar yang besar. Kedua, Kondisi SDM perbankan syariah, baik dari sisi kuantitas maupun kualitas, serta teknologi informasi yang belum dapat mendukung pengembangan produk dan layanan (Roadmap Perbankan Syariah 2018-2019). Ketiga, jika dibandingkan kinerja perbankan syariah dengan perbankan konvensional, dalam berbagai ukuran penilaian kinerja industri perbankan, bank syariah berada dibawah kinerja konvensional. Keempat, upaya perbaikan regulasi belum maksimal sehingga masih harus terus dilakukan agar terjadi keseimbangan dalam operasional perbankan syariah dengan kondisi yang terus berubah dalam perekonomian secara makro. Kelima, aspek penelitian dan pengembangan yang terus dikembangkan untuk mengetahui kondisi terbaru, baik menyangkut peluang, tantangan, maupun kelebihan dan kekurangan yang dimiliki. Keenam, edukasi serta sosialisasi yang belum inklusif dan menyentuh masyarakat luas.

Beberapa alternatif yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan perbankan syariah di



Indonesia. Pertama, membentuk *National Halal Fund*. Yaitu dana untuk mendukung pengembangan industri halal di Indonesia secara spesifik. Dana tersebut tidak menyediakan pembiayaan secara langsung, namun menggunakan mekanisme subsidi tingkat pembiayaan seperti praktik dalam KUR. Kedua, menambah jumlah bank syariah yang telah terdaftar untuk menjadi lembaga penyalur KUR syariah. Hal yang harus dilakukan adalah memastikan bahwa fasilitas dan pelayanan yang selama ini ditawarkan bank syariah terkait di pusat maupun daerah sudah sesuai dengan hal-hal yang disyaratkan. Dengan demikian, masing-masing bank syariah dalam jangka pendek dapat memfokuskan diri untuk meningkatkan kinerja, fasilitas, dan layanan yang dibutuhkan untuk menjadi lembaga penyalur KUR syariah, sebelum akhirnya mengajukan diri.

2. Pasar Modal Syariah

Pasar modal syariah di Indonesia telah berkembang selama dua dekade sejak pertama kali diluncurkannya produk reksadana syariah pada tahun 1997. Perkembangan ini selanjutnya diikuti dengan munculnya Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2000 dan diterbitkannya obligasi syariah mudharabah pada tahun 2002. Dalam rangka



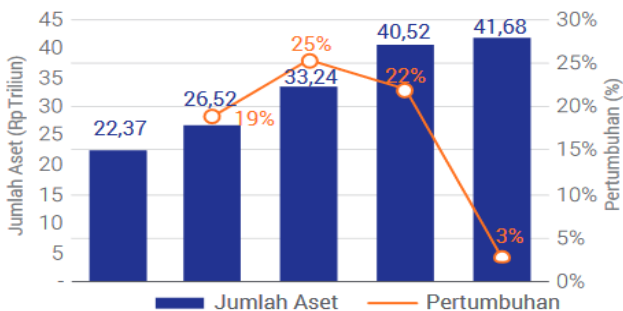
memberikan kepastian hukum, Bapepam-LK selaku regulator pasar modal menerbitkan paket regulasi pasar modal syariah pada tahun 2006 dan daftar efek syariah (DES) pada tahun 2007. Pada tahun 2008, pemerintah pertama kali menerbitkan surat berharga syariah negara (SBSN) (Roadmap Pasar Modal Syariah 2015-2019).

Sebagai salah satu sektor unggulan dalam industri keuangan syariah, pasar modal syariah memiliki beberapa peluang dan tantangan dalam praktik di lapangan. Peluang dan tantangan ini diidentifikasi dari sudut pandang regulasi, modal, teknologi, serta riset dan pengembangan. Permodalan yang dihimpun berasal dari institusi korporasi maupun pemerintah. Institusi tersebut dapat mengakses pasar modal melalui beberapa instrumen, antara lain saham syariah, sukuk, reksa dana, efek beragun aset syariah, DINFRA Syariah, dan DIRE Syariah. Proses ini tentunya perlu didukung dengan SDM yang kompeten baik dalam teknis pasar modal maupun landasan Islamnya. Selanjutnya produk-produk akan didistribusikan melalui sektor keuangan syariah lain seperti bank syariah, asuransi syariah, dana pensiun, dan industri keuangan syariah lainnya.



3. Asuransi Syariah

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia dalam lima tahun terakhir menunjukkan tren peningkatan dari sisi aset meskipun terdapat perlambatan dari sisi pertumbuhannya. Data yang dilansir OJK dalam Statistik IKNB Syariah menunjukkan bahwa hingga Agustus 2018, asuransi syariah memiliki total aset sebesar Rp 41,68 triliun dengan rincian Rp 34,35 triliun pada asuransi umum, Rp 5,48 triliun pada asuransi jiwa, dan Rp 1,85 triliun pada reasuransi. Perlambatan pertumbuhan sendiri telah dimulai pada tahun 2017 dengan pertumbuhan aset sebesar 21,89 persen dari tahun sebelumnya. Angka ini lebih rendah daripada pertumbuhan di tahun 2016 yang tercatat sebesar 25,36 persen.



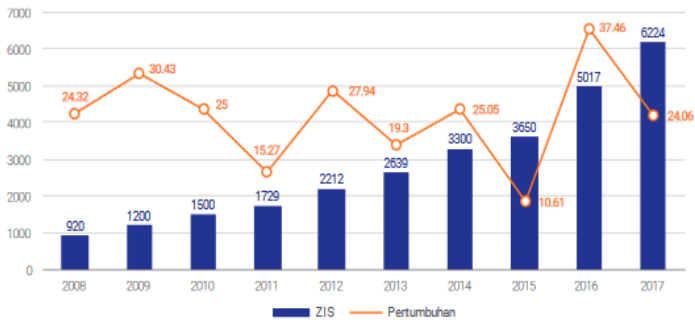
Grafik 2.7
Data aset asuransi syariah
Sumber: OJK (2018)



Dari sisi sumber daya manusia, jaminan sosial berbasis syariah memiliki ruang yang cukup besar apabila melihat tren pertumbuhan jumlah asuransi syariah dan perguruan tinggi berbasis ekonomi syariah yang saat ini ada. Namun demikian, masih diperlukan SDM yang memiliki spesialisasi khusus dalam bidang jaminan sosial berbasis syariah. SDM ini diharapkan dapat berperan sebagai inovator produk-produk jaminan sosial yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

4. Zakat, Infak, Shodaqoh, dan Wakaf

Ditinjau dari trennya, penghimpunan zakat di Indonesia terus menunjukkan peningkatan setiap tahun. Data BAZNAS menunjukkan bahwa dalam 10 tahun terakhir (2008-2017), dana zakat telah tumbuh sebesar 576 persen dari Rp 920 miliar pada tahun 2008 menjadi Rp 6,22 triliun pada tahun 2017 atau tumbuh rata-rata 57,6 persen per tahun. Namun demikian, tingkat pertumbuhan ini cenderung fluktuatif. Hal ini karena realisasi penghimpunan tiap tahun dapat bergantung pada peristiwa yang terjadi di tahun-tahun tertentu. Dapat dilihat dalam grafik 2.8 berikut:



Grafik 2.8

Realisasi penghimpunan dan pertumbuhan dana ZIS 2008-2017

Sumber: Baznas (2018)

Peluang dan tantangan zakat dan wakaf dapat dilihat berdasarkan ekosistemnya, yaitu riset dan penelitian, teknologi, regulasi dan kelembagaan, serta SDM. Dari sisi regulasi dan kelembagaan, masih terdapat banyak catatan yang perlu diperhatikan, terutama terkait dengan regulasi seperti UU maupun regulasi-regulasi teknis dari regulator masing-masing institusi seperti BAZNAS dan BWI. Adapun dari sisi SDM, secara umum masih diperlukan peningkatan kompetensi baik teknis maupun manajerial bagi amil maupun nazhir pengelola zakat dan wakaf.

Dari sisi pengelolaan, permasalahan SDM masih menjadi masalah utama dalam pengelolaan zakat, terlebih lagi untuk wakaf. Namun demikian, dengan adanya integrasi pengelolaan zakat dan wakaf dengan dana komersial serta diberlakukannya berbagai regulasi pada



pengelolaan zakat dan wakaf diharapkan dapat mendukung peningkatan kinerja pengelolaan zakat dan wakaf. Sedangkan Dari sisi penyaluran, kedua lembaga pengelola dana sosial masih mengembangkan basis data bersama, terutama penerima manfaat. Pengembangan basis data ini sangat penting untuk menghindari tumpang tindih penerima manfaat dan evaluasi kinerja lembaga pengelola zakat dan wakaf itu sendiri.

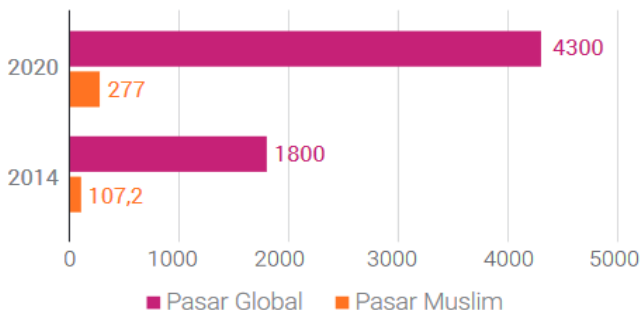
Penguatan Ekonomi Digital

Ekonomi digital muncul dari perpaduan ekonomi dan teknologi. Ruang lingkupnya dikerucutkan dalam bisnis e-commerce dan fintech. Menurut laporan Thomson Reuters (2015), ekonomi Islam digital memiliki pasar yang potensial di beberapa sektor industri, mulai dari pendidikan, makanan halal, pariwisata halal, fesyen Muslim, farmasi dan kosmetik halal, dan keuangan syariah. Potensi yang paling besar terdapat di sektor fesyen Muslim, farmasi dan kosmetik, serta keuangan Islam. Bentuk produk ekonomi digital yang paling strategis untuk dikembangkan adalah dari sisi e-commerce, mulai dari retail, marketplace, dan sharing economy.

Pasar ekonomi digital secara global mencapai USD 1,9 triliun atau sekitar Rp 27.550 triliun pada tahun 2014. Nilai ini dihitung dari transaksi e-commerce dan belanja digital advertising. Pasar ini diperkirakan akan



tumbuh 15 persen hingga tahun 2020. Muslim adalah konsumen strategis dunia. Nilai transaksinya USD 107 miliar (Rp 1.522 triliun) pada tahun 2014 dan diproyeksikan akan tumbuh 17 persen CAGR menjadi USD 277 miliar atau Rp 4.016 triliun pada 2020. Komunitas ini mewakili hampir seperempat penduduk dunia dan 5,8 persen dari ekonomi digital global pada tahun 2014. Dapat dilihat dalam grafik berikut:



Grafik 2.9
Potensi sektor ekonomi digital
Sumber: Thomson Reuters(2015)

Terkait dengan regulasi dan dukungan mengenai ekonomi digital, pemerintah Indonesia mulai memperhatikan potensi dan mengeluarkan beberapa regulasi untuk mengembangkan sektor ini. Di antaranya adalah Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM 2015-2019 untuk mengembangkan sektor UMKM melalui ekonomi digital, Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika 2015-2019, Making Indonesia 4.0 oleh Kementerian



Perindustrian, dan Peta Jalan E-Commerce oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Di Indonesia, ada 3 regulator yang mengatur layanan keuangan dan transaksi berbasis digital. Yaitu, Bank Indonesia, OJK, dan Kominfo.

Bank Indonesia	Otoritas Jasa Keuangan	Kemkominfo
<ul style="list-style-type: none"> ➤ E-wallet ➤ E-money ➤ Gerbang pembayaran ➤ Principals ➤ Switching companies ➤ Card issuers dan acquirers ➤ Clearing houses ➤ Settlement agencies ➤ Cryptocurrency dan blockchain ➤ Gerbang Pembayaran Nasional ➤ Dukungan untuk transaksi pembayaran, contoh ATM, EDC, dan pusat data 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Peer-to-peer lending ➤ Crowdfunding ➤ Perbankan digital ➤ Insurtech ➤ Fintech di pasar modal ➤ Modal ventura ➤ Pembiayaan online ➤ Keamanan data ➤ Perlindungan konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Telekomunikasi ➤ Teknologi informasi ➤ Aspek dari fintech yang termasuk dalam teknologi informasi

Tabel 2.2
Regulator dalam layanan keuangan digital
Sumber: Bapepam (2019)



Pertumbuhan transaksi digital dan industri fintech syariah yang terus meningkat, dan perluasan sektor. Adapun tantangan pada sisi aspek dan permintaan pasar di antaranya adalah kurangnya kemampuan ekonomi digital saat ini dalam merespon permintaan dan pasar, ketimpangan eksposur terhadap teknologi digital antar wilayah, terutama daerah perkotaan dan pedesaan, serta masih kurangnya literasi produk halal dan branding halal. Dari sisi faktor produksi, peluang pengembangan ekonomi digital terdapat pada sisi permodalan. Investasi bagi startup digital selalu meningkat dan terdapat ketertarikan investor asing terhadap startup digital nasional, sisi infrastruktur telekomunikasi yang kondisinya terus membaik. Sedangkan tantangan dari sisi faktor produksi ekonomi digital Indonesia di antaranya adalah biaya dan akses internet dan listrik yang masih relatif mahal plus belum merata. perlindungan konsumen di sektor digital yang masih kurang dan terdapat isu-isu cybercrime dan cyberattack yang belum teratasi.

Dari fenomena yang telah terkaji saat ini, maka ada beberapa hal yang menjadi sasaran percepatan ekonomi digital agar dapat berkembang dengan cepat:

- a. Mengembangkan pangsa pasar online dan sistem pembayaran halal

Saat ini, bertransaksi secara digital melalui e-commerce atau online marketplace merupakan



gaya hidup dan kebutuhan seluruh masyarakat. Akan tetapi, belum banyak marketplace yang berspesialisasi untuk menjual produk (barang/jasa) halal dan bertransaksi secara syariah. Selain itu, marketplace konvensional juga jarang sekali memberikan perhatian khusus terhadap kehalalan sebuah produk, termasuk kesesuaian transaksi dan model bisnisnya dengan syariah Islam.

- b. Menyediakan panduan usaha dan panduan kepatuhan syariah digital

Peningkatan skala usaha dan kemanfaatan industri syariah memerlukan panduan untuk menentukan standar kehalalan sebuah produk (barang/jasa) serta transaksi/model pembiayaan yang sesuai syariah. Panduan ini dapat membahas berbagai hal, mulai dari kualifikasi produk digital, karakteristik perusahaan, hingga pendanaan usaha yang sesuai dengan syariah Islam. Panduan usaha digital dan panduan kepatuhan syariah ini akan memotivasi para pelaku usaha untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

- c. Meningkatkan literasi digital

Untuk mengembangkan industri halal melalui teknologi digital, para pelaku usaha perlu memiliki literasi digital terutama untuk mengakses tekfin sebagai alternatif sumber pembiayaan dan e-commerce sebagai tempat untuk memperluas pasar. Usaha meningkatkan literasi digital ini dapat



dilakukan melalui kerja sama dengan program literasi digital oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.



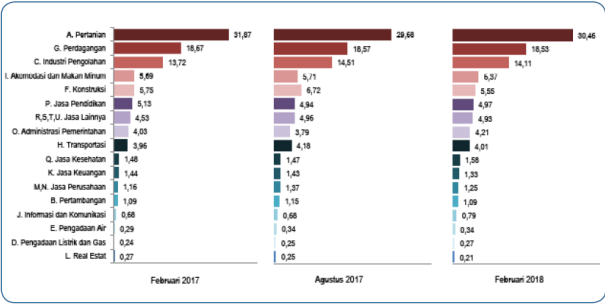
BAB III

STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI SYARIAH DESA DAN PESANTREN DENGAN MODEL PANCAHELIX

Masyarakat Sasaran

1. Masyarakat Desa

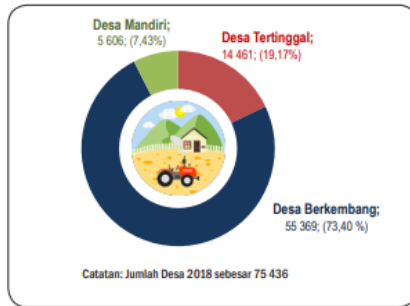
Masyarakat desa merupakan masyarakat dengan mata pencaharian utama di sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, atau gabungan dari keempatnya yang didukung oleh budaya dan sistem sosial. Sektor pertanian masyarakat desa merupakan sektor lapangan pekerjaan utama di Indonesia seperti yang digambarkan dalam gambar 3.1 berikut.



Gambar 3.1
Presentase Pekerjaan Utama Masyarakat
Sumber: BPS (2018)



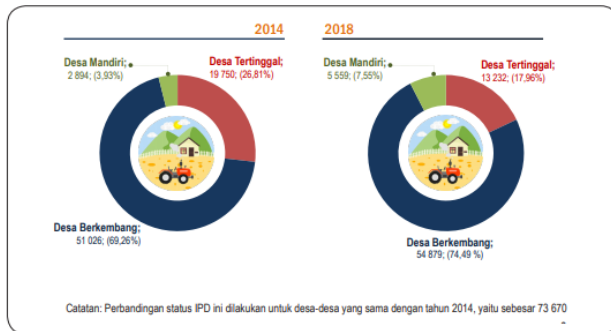
Data tersebut menunjukkan bahwa sektor pertanian merupakan profesi utama yang ditekuni oleh masyarakat Indonesia. Data ini juga memberikan justifikasi jumlah desa yang lebih banyak dibandingkan perkotaan, sehingga tenaga kerja mayoritas terserap pada sektor ini. Kualitas desa bisa diukur dengan Indeks Pembangunan Desa (IPD) yaitu indikator gabungan yang menggambarkan kondisi kemajuan desa dalam satu periode tertentu (BPS, 2018). IPD membagi desa dalam tiga kategori utama yaitu desa mandiri, desa berkembang dan desa tertinggal. Desa mandiri adalah desa yang mampu memenuhi kebutuhan ekonominya sendiri dengan mengoptimalkan potensi ekonomi, sosial dan lingkungan, sehingga bantuan pemerintah hanya berfungsi sebagai stimulan. Desa berkembang adalah desa yang memiliki potensi ekonomi, sosial, dan lingkungan namun belum dikelola dengan optimal sehingga belum mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, kualitas hidup, dan penanggulangan kemiskinan. Desa tertinggal adalah desa yang rentan bencana, guncangan ekonomi, dan konflik sosial sehingga tidak mampu mengelola potensi ekonomi, sosial, dan lingkungannya. Presentase jumlah desa berdasarkan kategori tersebut disajikan dalam gambar 3.2.



Gambar 3.2 Jumlah Desa Menurut Status IPD (2018)

Sumber: BPS (2018)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan IPD, jumlah desa berkembang mendominasi jumlah desa yang ada Indonesia. Jumlah tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2014 seperti pada gambar 3.3.



Gambar 3.3 Perkembangan Kategori Desa dari Tahun 2014-2018

Sumber; BPS (2018)

Hal ini mengindikasikan bahwa pemerintah terus berupaya untuk meningkatkan perekonomian



masyarakat desa dengan berbagai cara agar desa mengambil peran utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Wujud keseriusan pemerintah dalam mendorong peran ini dengan mengesahkan Undang-undang nomor 6 tahun 2014 tentang Desa. Tujuan utama dari UU ini adalah meningkatkan kualitas hidup manusia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa, dan penanggulangan kemiskinan. Tujuan ini dijabarkan dalam prioritas pengembangan desa dalam lima aspek utama yaitu; a) peningkatan pelayanan dasar, b) pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur dan lingkungan, c) pengembangan ekonomi pertanian berskala produktif, d) pengembangan dan pemanfaatan teknologi tepat guna, dan e) peningkatan kualitas ketertiban dan ketentraman masyarakat desa.

Peningkatan kesejahteraan masyarakat desa perlu dilakukan dengan penyediaan sarana dan prasarana yang memadai, peningkatan pendapatan, pemanfaatan sumber daya alam berkelanjutan, serta kemampuan untuk menunjang pembangunan, memenuhi kebutuhan, dan mengatur dirinya sendiri tanpa bergantung pada pihak luar. Hal ini bisa dilakukan karena masyarakat desa memiliki empat potensi utama yaitu;

- a) Potensi sumber daya manusia dengan motivasi dan budaya yang tinggi, jiwa wirausaha yang kuat, serta



kemampuan khusus yang mendukung pengembangan potensi lokal

- b) Potensi sumber daya alam yang berdaya saing tinggi dengan pengelolaan secara berkelompok
- c) Produk yang dikembangkan masyarakat desa merupakan komoditas utama yang dibutuhkan pasar
- d) Budaya lokal yang mampu berkembang optimal apabila didukung oleh kelembagaan yang kuat.

Potensi tersebut juga diiringi dengan lima masalah utama desa yang merupakan kebalikan dari empat potensi utama desa. Lima masalah tersebut adalah a) terbatasnya sumber daya manusia yang baik dan profesional, b) keterbatasan sumber pembiayaan baik internal ataupun eksternal, c) lemahnya peran kelembagaan sosial, d) rendahnya kreativitas, sikap kritis, rasionalitas, dan partisipasi masyarakat, serta e) kurangnya jejaring, informasi, dan teknologi. Selain masalah utama, terdapat tiga tantangan utama desa yaitu, potensi bencana alam, potensi pencemaran lingkungan, dan masalah keamanan. Ketiga masalah tersebut disajikan dalam gambar 3.4 berikut.

Jenis Bencana Alam	Jumlah Desa/Kelurahan
(1)	(2)
Banjir	19 675
Tanah longsor	10 246
Gempa bumi	10 115
Kekeringan (lahan)	8 587
Angin puyuh/puting beliung/topan	7 251
Kebakaran hutan dan lahan	4 394
Banjir bandang	1 869
Gelombang pasang laut	1 808
Gunung meletus	623

Jenis Pencemaran	Jumlah Desa/Kelurahan
(1)	(2)
Pencemaran air	16 847
Pencemaran udara	8 882
Pencemaran tanah	2 200

Jenis Gangguan Keamanan	Persentase Desa/Kelurahan
(1)	(2)
Penyalahgunaan/peredaran narkoba	14,99
Perkelahian massal	3,75

Gambar 3.4 Tantangan Desa

Sumber; BPS (2018)



2. Masyarakat Pesantren

Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam tertua di Indonesia. Definisi pesantren menurut Arifin (1995) adalah lembaga pendidikan berbentuk asrama dengan sistem pembelajaran yang berfokus pada satu atau beberapa orang kiai kharismatik dan independen. Website Direktorat Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren menyebutkan bahwa jumlah pesantren yang tersebar baik di desa ataupun di perkotaan pada tahun 2016 adalah 28.194 pesantren dengan jumlah santri sebanyak 4.290.626 santri. Jumlah tersebut merupakan potensi yang mendukung kemandirian ekonomi nasional karena pesantren memiliki karakteristik, keunikan, dan basis masyarakat yang tidak hanya berpengaruh terhadap sistem pendidikan di Indonesia.

Pesantren memiliki fungsi sebagai fasilitator dalam bidang pendidikan, agama, dan sosial. Fungsi pendidikan dijalankan oleh pesantren melalui lembaga pembelajaran formal mulai dari tingkat Diniyah sampai Aliyah. Fungsi agama merupakan manifestasi pembelajaran karakter kepada para santri. Fungsi terakhir pesantren adalah fungsi sosial yang merupakan perwujudan *rahmatan lil alamin* keberadaan pesantren, tidak hanya kepada para pengasuh ataupun pendiri tetapi juga pada lingkungannya. Pesantren merupakan milik swasta yang dikelola secara mandiri dengan bauran pendanaan internal dan eksternal. Kepemilikan swasta menyebabkan inovasi penting



dilakukan pesantren untuk menjaga eksistensinya. Salah satu cara yang dilakukan oleh pesantren untuk penguatan pendanaan adalah dengan mendirikan unit usaha.

Kegiatan usaha yang dilakukan pesantren di antaranya adalah agribisnis, jasa, perdagangan, dan industri (Yusuf dan Suwito, 2010). Bentuk usaha yang paling banyak, kendati bukan satu-satunya adalah koperasi pondok pesantren (kopontren). Pembentukan unit usaha menyebabkan pola pendidikan kewirausahaan terinternalisasi dalam diri santri, hal ini menimbulkan tiga keunggulan utama pesantren yaitu a) jumlah SDM dan ikatan komunitas yang kuat, b) daya juang pesantren yang tinggi, dan c) konsep pemberdayaan ekonomi pesantren yang tidak mengenal dikotomi antara dunia dan akhirat, sehingga pesantren diharapkan menjadi pendukung utama sistem perekonomian nasional.

Tiga hal dilakukan oleh Bank Indonesia (2018) untuk mengoptimalkan kemandirian pesantren yaitu a) pengembangan unit usaha pesantren dengan memanfaatkan *value chain* antar pesantren, b) mendorong terjadinya kerja sama bisnis melalui pengembangan *virtual market* dan *business matching*, serta c) pengembangan *holding* pesantren dan standarisasi pelaporan keuangan pesantren. Optimalisasi tersebut perlu dilakukan karena pesantren memiliki beberapa kelemahan di antaranya, a) pandangan masyarakat



tentang rendahnya kualitas sumber daya pengelola pesantren terutama yang berkaitan dengan bidang ilmu umum dan teknologi, b) terbatasnya sarana dan prasarana, c) sifat eksklusif beberapa pesantren, dan d) laporan keuangan yang tidak terstandar.

Stakeholders pada Model *Pancahelix* dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Desa dan Pesantren

Pancahelix merupakan penamaan lain dari Pentahelix sebagai lima unsur penguatan pembangunan. Pancahelix menjelaskan hubungan antarstakeholders dalam mendukung penguatan ekonomi syariah. Stakeholder memiliki peran yang sangat vital dalam pengembangan ekonomi syariah di desa dan pesantren. Stakeholders dalam Pancahelix adalah akademisi, bisnis (*corporate*), masyarakat (komunitas), pemerintah, serta Lembaga Keuangan Bank Syariah (LKBS) dan Lembaga Keuangan Non Bank Syariah (LKNBS). Analisis peran stakeholders dengan model Pancahelix dipaparkan dalam sub analisis berikut.

1. Akademisi

Akademisi pada model *Pancahelix* berperan sebagai konseptor, seperti melakukan standarisasi proses bisnis dan sertifikasi produk, serta peningkatan keterampilan sumber daya manusia (Slamet dkk, 2017). Akademisi



merupakan sumber pengetahuan dengan konsep dan teori-teori terbaru yang relevan dengan pengembangan ekonomi syariah di desa dan pesantren guna mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Akademisi diwakili oleh Perguruan Tinggi baik negeri ataupun swasta.

Peran tersebut dilaksanakan setelah akademisi melakukan pemetaan masalah dan kendala yang dihadapi desa dan pesantren. Hasil penelitian diwujudkan dalam kegiatan pengabdian, pelatihan, pemberdayaan dan pengawasan. Riset dilakukan dengan membentuk kerja sama dengan beberapa pihak, di antaranya Bank Indonesia, LKBS, dan LKNBS di wilayah program. Output riset diarahkan pada simpulan tentang program-program ekonomi syariah yang akan dikembangkan, misalnya pengolahan hasil pertanian (industri halal), pelayanan halal (jasa, pariwisata, penginapan, dan lain sebagainya), permodalan halal, dan pemasaran halal.

Akademisi juga berperan sebagai penyampai informasi terbaru yang relevan dengan pelaku ekonomi syariah di desa dan pesantren. Hal ini bisa dilakukan dengan mengajak para pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya melalui *sharing* informasi tentang pemasaran, permodalan, pemanfaatan IT, dan informasi penting lainnya.



2. Corporate

Corporate pada model Pancahelix berperan sebagai penghubung dalam pencapaian tujuan pengembangan ekonomi syariah. Fungsi *corporate* dalam model Pancahelix adalah pengembangan infrastruktur teknologi informasi, serta peningkatan kualitas SDM, proses bisnis dan produk. Digitalisasi industri yang sudah diimplementasikan oleh *corporate* mampu membantu desa dan pesantren untuk melaksanakan aktivitas operasional dengan lebih efektif, efisien, dan produktif. Peran *corporate* dalam model Pancahelix dijumpai oleh akademisi sebagai pihak yang melakukan pemetaan masalah pada pengembangan ekonomi syariah di desa dan pesantren.

Dukungan *corporate* di antaranya adalah akses permodalan, pengeluaran dana *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan penampung produk-produk yang dihasilkan desa dan pesantren. Dukungan lain yang juga bisa diberikan *corporate* adalah pelatihan ekonomi digital dalam proses produksi, pemasaran (di dalam atau di luar negeri), dan keuangan. Salah satu contoh kegiatan *corporate* yang mendukung pengembangan ekonomi syariah di desa dan pesantren adalah pelatihan *Achievement Motivation Training* (AMT), motivasi berprestasi, manajemen dan administrasi yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia.



3. Masyarakat

Masyarakat (komunitas) pada model Pancahelix berperan sebagai akselerator. Komunitas merupakan sekumpulan orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan bisnis yang dilakukan di desa dan pesantren. Beberapa fungsi komunitas adalah sebagai penghubung, pemasar, dan pengawas. Fungsi penghubung adalah menjembatani hubungan antara desa dan pesantren dengan pemangku kepentingan (Slamet dkk, 2017).

Fungsi pemasar bisa dilakukan dengan penggunaan produk yang dihasilkan desa dan pesantren sebagai sarana promosi kualitas produk kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Program pengembangan juga bisa dilakukan oleh masyarakat melalui *Regional Economic Development* (RED). Fungsi pengawasan bisa dilakukan oleh masyarakat mulai dari proses perencanaan, implementasi sampai evaluasi program atas kegiatan yang dilakukan desa dan pesantren.

4. Pemerintah

Pemerintah pada model Pancahelix berperan sebagai regulator dan kontroler dalam pengembangan usaha desa dan pesantren (Slamet dkk, 2017). Fungsi regulator dijalankan pemerintah dengan menerbitkan peraturan yang mendukung pengembangan desa dan pesantren. Fungsi kontroler dijalankan dengan melakukan pendampingan agar operasional bisnis di desa dan pesantren berjalan efektif, efisien, dan



produktif. Pemerintah yang terlibat dalam program pengembangan desa dan pesantren adalah Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi, dan Pemerintah Kabupaten/Kota.

Pemerintah Pusat melaksanakan fungsinya melalui kementerian terkait di antaranya Kementerian Keuangan, Kementerian Tenaga Kerja, Kementerian Perindustrian, Kementerian Koperasi dan UMKM, Kementerian Pertanian, Kementerian Perdagangan, Bank Indonesia, Bank BUMN, Otoritas Jasa Keuangan dan sebagainya. Selain Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi juga berperan dalam pengembangan ekonomi desa dan pesantren melalui Dinas Tenaga Kerja Transmigrasi dan Kependudukan, serta Balai Pelatihan kerja. Pemerintah Kabupaten/Kota bisa berperan melalui dinas-dinas terkait.

Penyelenggaraan Festival ekonomi Syariah (FESYAR) dan Indonesia *Sharia Economic Festival* (ISEF) juga merupakan salah satu bentuk dukungan pemerintah terhadap program pengembangan ekonomi syariah. Kegiatan ini diselenggarakan oleh Bank Indonesia dengan melibatkan LKBS, LKNBS, Pesantren, serta Industri dan Jasa halal. Kegiatan ini merupakan ajang pertemuan antarkomunitas ekonomi syariah agar terjalin sinergitas di segala bidang, baik dalam hal pemasaran, *branding*, peningkatan kualitas, dan lain-lain.



Penguatan sarana dan prasarana juga terus ditingkatkan oleh pemerintah untuk mendukung pengembangan ekonomi syariah, misalnya akses listrik, jalan raya, telekomunikasi, saluran air, dan tempat pembuangan limbah industri. Upaya peningkatan kualitas produk dan industri halal juga terus ditingkatkan untuk meningkatkan pangsa pasar produk syariah. Pemerintah tidak hanya berfokus pada peningkatan kuantitas tetapi juga kualitas produk dengan membuat program pendanaan yang ramah terhadap desa dan pesantren misalnya Kredit Usaha Rakyat Syariah (KURS).

5. LKBS & LKNBS

LKBS dan LKNBS pada model Pancahelix berperan sebagai penyedia dana melalui pinjaman non ribawi. Proses pembinaan, pengawasan, bantuan pemasaran dan pengenalan produk juga dapat dilakukan oleh LKBS dan LKNBS. LKBS dan LKNBS juga bekerja sama dengan pemerintah dalam hal penyaluran pembiayaan murah, pembinaan tata kelola keuangan, sosialisasi program, dan peningkatan literasi ekonomi syariah.

Masyarakat desa dan pesantren sebagai sasaran pengembangan ekonomi syariah mampu menjalankan fungsinya, apabila memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang baik. Oleh karena itu, penting bagi LKBS dan LKNBS untuk melakukan pendekatan yang berkelanjutan, masif, dan terstruktur.



Model Pancahelix pada Program Pengembangan Desa dan Pesantren

Pola hubungan dalam strategi pengembangan desa dan pesantren dengan model Pancahelix dapat dilihat dalam bagan 3.1 berikut.



Bagan 3.1 Program Pengembangan Ekonomi Syariah Desa dan Pondok Pesantren

Bagan 3.1 di atas menunjukkan jenis hubungan yang terjalin antarstakeholder dalam program pengembangan ekonomi syariah desa dan pesantren, sesuai dengan hubungan dan peran yang dijalankan. Akademisi sebagai konseptor memiliki jenis hubungan *coordinating* dengan *corporate* dan masyarakat, karena terdapat pembagian sumber daya yang minimal



dengan komitmen waktu yang tidak terlalu tinggi. Hal ini dikarenakan pembagian sumber daya secara minimal dengan komitmen waktu sedang. Sumber daya dapat berupa bantuan modal (membentuk kerja sama antara desa dan pesantren dengan LKBS dan LKNBS), informasi bisnis, fasilitas, dan fasilitator untuk pelatihan.

Hubungan akademisi dengan pemerintah termasuk jenis hubungan *cooperating*, yaitu hubungan yang terjalin secara formal, komitmen sedang dalam berbagi risiko dan sumber daya, serta *rewards* yaitu akses akademisi untuk berkontribusi dalam pengembangan program. Hubungan akademisi dengan LKBS dan LKNBS termasuk hubungan *networking* karena hubungan terjalin secara informal dan tidak ada pembagian sumber daya yang diperlukan. Fokus utamanya adalah pertukaran informasi dengan komitmen waktu yang minimal.

Hubungan pemerintah dan masyarakat merupakan jenis *cooperating* karena ada komitmen waktu yang substansial, komitmen yang cukup dalam berbagi sumber daya, risiko, tanggung jawab, dan *rewards*. Hubungan *corporate* dan masyarakat juga merupakan jenis hubungan *cooperating* karena terdapat aktivitas membantu memberikan pelatihan, bantuan modal, dan fasilitas. *Rewards* bisa diartikan dengan adanya akses yang semakin mudah dalam proses bisnis. Sedangkan untuk hubungan *corporate* dengan LKBS dan LKNBS



memiliki jenis hubungan *coordinating* yaitu hubungan yang terjalin secara resmi, minimalisasi sumber daya, dan tidak ada saling berbagi risiko maupun tanggungjawab.

Hubungan yang terjalin antara masyarakat dengan LKBS dan LKBNS merupakan jenis hubungan *collaborating* karena masyarakat memiliki peran kuat dalam penggunaan produk, publikasi dan promosi produk desa dan pesantren. Website bisa digunakan oleh masyarakat untuk mempublikasikan program pengembangan desa dan pesantren. Hubungan komunitas dan pemerintah adalah *cooperating* yang terjalin secara formal. Komunitas dan pemerintah memiliki komitmen yang cukup dalam berbagi sumber daya, tanggung jawab, risiko, dan *rewards*. Pemerintah memberikan beberapa akses misalnya melalui pelatihan, studi banding, dan pameran. Pemerintah dengan LKBS dan LKNBS memiliki hubungan *nerworking*. Pelaku bisnis di desa dan pesantren juga memanfaatkan media sosial seperti facebook dan instagram untuk memasarkan produknya baik yang dikelola secara pribadi maupun kelompok. Optimalisasi hubungan antarstakeholders dalam model Pancahelix penting dilakukan untuk mengembangkan ekonomi syariah di desa dan pesantren.



BAB IV

IMPLEMENTASI PROGRAM

Program Penguatan Industri Halal Pada Masyarakat Sasaran

Program penguatan industri halal pada masyarakat desa dan pesantren meliputi 5 bidang sasaran, yakni; 1) Kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM), 2) Kesiapan Kelembagaan, 3) Kesiapan Edukasi atau Riset, 4) Kesiapan Infrastruktur, dan 5) Kesiapan Pendanaan. Kelima bidang sasaran pada masyarakat desa meliputi beberapa program atau aktivitas. Mempersiapkan SDM yang meliputi kemampuan produksi dengan teknologi tepat guna. Pengenalan teknologi tepat guna dapat dilakukan melalui sinergi dengan pemerintah, perguruan tinggi, dan kemitraan dengan swasta. Terkait dengan kesiapan kelembagaan dapat ditopang penguatan asosiasi unit produksi serumpun. Program ini diimplementasikan dengan sinergi pemerintah yang memiliki akses terhadap asosiasi-asosiasi yang serumpun. Peran perguruan tinggi dan masyarakat yang mendukung kegiatan ini sangat diperlukan.

Fokus Masyarakat Sasaran: Masyarakat Desa

Bidang Sasaran	Program/Aktivitas	Indikator Kinerja						Sinergi Pancahelix
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Kesiapan SDM	Penguatan produksi dengan pengenalan teknologi tepat guna	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Masyarakat, Perguruan Tinggi



Kesiapan kelembagaan	Penguatan asosiasi unit produksi yang serumpun	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Masyarakat, Perguruan Tinggi
Kesiapan edukasi/ri set	Optimalisasi program P3 (pendidikan, pelatihan, pendampingan)	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Masyarakat, Perguruan Tinggi
Kesiapan infrastruktur	Penguatan sarana dan prasarana	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Masyarakat, Perguruan Tinggi
Kesiapan pendanaan	Penguatan pendanaan untuk implementasi teknologi tepat guna melalui alokasi dana desa	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Masyarakat, Perguruan Tinggi

Optimalisasi program pendidikan, pelatihan dan pendampingan (P3) berguna dalam meningkatkan peran P3 dalam mengedukasi masyarakat agar memiliki kemampuan dan keterampilan produksi, sehingga mampu menghasilkan produk yang berstandar halal. Penguatan sarana dan prasarana yang mendukung kesiapan infrastruktur. Penguatan sarana dan prasarana ini meliputi beberapa fasilitas dan alat, serta laboratorium untuk menentukan kehalalan suatu produk.

Fokus Masyarakat Sasaran: Masyarakat Pesantren

Bidang Sasaran	Program/Aktivitas	Indikator Kinerja						Sinergi Pancasila
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Kesiapan SDM	Penguatan unit produksi berbasis pesantren dan alumni	10%	20%	40%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
	Melakukan pendidikan dan pelatihan industri halal tentang halal produk	10%	20%	40%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
	Penguatan unit distribusi produk-produk pesantren dan linkage dengan permodalan syariah	10%	20%	40%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat



Kesiapan Kelembagaan	Penguatan kelembagaan berupa inkubator bisnis dan wirausaha di pesantren	10%	20%	40%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
	Penguatan kelembagaan berupa optimalisasi program halal center atau LPH (lembaga pemeriksa halal) di lingkungan pesantren	10%	20%	40%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Penguatan kelembagaan berupa standar kelembagaan bisnis dan wirausaha di pesantren	10%	20%	40%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat

Kerjasama antara pemerintah, perguruan tinggi, swasta, dan masyarakat desa dalam penggunaan teknologi tepat guna dapat meningkatkan kapasitas produksi. Penguatan pendanaan yang mendukung implementasi teknologi tepat guna dikoordinir oleh pemerintah agar lebih berjalan efektif. Beberapa skema penguatan pendanaan ini dapat menggunakan skema *qardhul hasan*.

Fokus Masyarakat Sasaran: Masyarakat Pesantren

Bidang Sasaran	Program/Aktivitas	Indikator Kinerja						Sinergi Pancasila
		2019	2020	2021	2020	2021	2020	
Kesiapan Edukasi/Riset	Penguatan muatan pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Penguatan edukasi pendidikan bisnis dan kewirausahaan dengan inkubator bisnis	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Penguatan riset dengan	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, perguruan



Bidang Sasaran	Program/Aktivitas	Indikator Kinerja						Sinergi <i>Pancache</i>
		2019	2020	2021	2020	2021	2020	
	kolaborasi dengan perguruan tinggi							tinggi, masyarakat
Kesiapan Infrastruktur	Penguatan sarana praktik dalam bidang bisnis dan wirausaha	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Penyiapan sarana dan prasana yang mendukung keterampilan bisnis dan wirausaha	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Penguatan kerjasama dengan swasta untuk peningkatan kompetensi bisnis dan wirausaha	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Penguatan permodalan yang mendukung kegiatan produk dan distribusi	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
Kesiapan Pendanaan	Penguatan jaringan alumni guna mendukung permodalan	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Penguatan kerjasama dengan industri	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Optimalisasi pendanaan qardhul hasan	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan



Program Penguatan UMKM Pada Masyarakat Sasaran

Penguatan UMKM pada fokus masyarakat desa dan pesantren meliputi 5 bidang sasaran, yakni; 1) Kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM), 2) Kesiapan Kelembagaan, 3) Kesiapan Edukasi atau Riset, 4) Kesiapan Infrastruktur, dan 5) Kesiapan Pendanaan. Strategi dalam bidang Sumber Daya Manusia membangun kualitas pelaku UMKM desa dan pesantren mengenai kesiapan akan keilmuan, pengetahuan dan jiwa wirausaha syariah.

Penguatan kelembagaan berfokus pada kesiapan tatakelola dan tempat ekosistem yang mendukung kegiatan pengembangan UMKM mulai dari pelatihan, pendampingan, produksi, pemasaran dan penyediaan pasar untuk UMKM. Penguatan bidang edukasi dan riset mendorong pada terciptanya kurikulum wirausaha yang komperhensif berkerjasama dengan perguruan tinggi sebagai ajuan untuk melahirkan desa entrepreneur dan santri wirausaha.

Penguatan infrastruktur untuk UMKM berfokus pada pemenuhan sarana dan prasarana bisnis UMKM. Infrastruktur berguna untuk memudahkan mobilitas faktor produksi, terutama penduduk, memperlancar mobilitas barang dan jasa, juga memperlancar perdagangan antardaerah. Ini berarti, pengembangan infrastruktur akan berdampak secara multiplier effect



terhadap pertumbuhan dan peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Sedangkan pada bidang sasaran kesiapan pendanaan, fokus aktivitas atau program yang memberikan alternatif permodalan pada UMKM dengan memaksimalkan peran kemitraan/swasta dan potensi dana desa atau dana pesantren.

Fokus Masyarakat Sasaran	Bidang Sasaran	Program/Aktivitas	Indikator Kinerja						Sinergi Panchalix
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Masyarakat Desa	Kesiapan SDM	Penguatan Pendidikan Masyarakat Desa tentang UMKM	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
		Melakukan pendidikan dan pelatihan, pendampingan ekonomi produktif	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
	Kesiapan Kelembagaan	Membangun inkubator bisnis di tingkat desa	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat, Lembaga Keuangan
	Kesiapan Pendanaan	Mendorong pihak swasta untuk melakukan pendanaan kepada UMKM	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Mendorong pendanaan berfokus pada penyediaan marketplace produk-produk UMKM	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
Masyarakat Pesantren	Kesiapan SDM	Penguatan unit usaha produksi berbasis pesantren dan alumni	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Penguatan jiwa wirausaha berbasis pesantren	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Melakukan pendidikan dan pelatihan industri halal tentang halal produk	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Kesiapan Kelembagaan	Penguatan kelembagaan berupa inkubator bisnis dan wirausaha di pesantren	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat



	Kesiapan Edukasi/Riset	Penguatan kelembagaan berupa standar kelembagaan bisnis dan wirausaha di pesantren	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Penguatan muatan pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Penguatan edukasi pendidikan bisnis dan kewirausahaan dengan inkubator bisnis	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Penguatan riset dengan kolaborasi dengan perguruan tinggi	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Kesiapan Infrastruktur	Penguatan sarana praktik dalam bidang bisnis dan wirausaha	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Penyiapan sarana dan prasana yang mendukung keterampilan bisnis dan wirausaha	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Penguatan kerjasama dengan swasta untuk peningkatan kompetensi bisnis dan wirausaha	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Kesiapan Pendanaan	Penguatan permodalan yang mendukung kegiatan produk dan distribusi	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Penguatan jaringan alumni guna mendukung permodalan	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Penguatan kerjasama dengan industri	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
		Optimalisasi pendanaan qardhul hasan	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan, Perguruan Tinggi



Program Penguatan Keuangan Syariah Pada Masyarakat Sasaran

Penguatan Keuangan Syariah berorientasi pada sasaran masyarakat desa dan masyarakat pesantren. Indonesia memiliki potensi masyarakat desa yang perlu diperhatikan, keragaman masyarakat desa dan banyaknya pesantren menjadi keunggulan nusantara. Strategi penguatan keuangan syariah dapat diklasifikasikan ke dalam lima bidang sasaran, yakni 1) Kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM); 2) Kesiapan Kelembagaan; 3) Kesiapan Pengembangan Edukasi/Riset; 4) Kesiapan Infrastruktur; dan 5) Kesiapan Pendanaan.

Strategi kesiapan sumber daya manusia pada masyarakat sasaran berfokus pada penguatan kualitas dan pengetahuan pelaku keuangan ekonomi syariah yakni aparatur Desa dan pengurus pesantren. Strategi untuk program atau aktivitas membutuhkan sinergisitas dengan akademisi (perguruan tinggi), pemerintah dan masyarakat itu sendiri.

Strategi kesiapan kelembagaan mendorong pembangunan wadah sebagai tempat aktualisasi peningkatan percepatan sinkronisasi keuangan syariah dengan masyarakat sasaran. Program yang ditawarkan adalah pembangunan *one village one BMT*. Mendorong BMT untuk memaksimalkan perannya sebagai tempat untuk edukasi keuangan syariah, akses pendanaan, akses dana sosial.



Strategi edukasi memfokuskan pada peningkatan literasi masyarakat sasaran dengan mengoptimalkan peran tokoh masyarakat dan aparatur desa. Strategi infrastruktur berfokus kepada kesiapan basis data dan pemanfaatan teknologi dan informasi dalam menyediakan layanan keuangan syariah yang lebih dekat dengan masyarakat sasaran.

Strategi pendanaan dan akses modal mendorong pihak swasta atau perusahaan dengan memberikan dana CSR dan membentuk *platform crowdfunding dan Fintech Syariah* sebagai salah satu alternative sumber pendanaan bagi usaha desa dan pesantren

Bidang Sasaran	Program/Aktivitas	Indikator Kinerja/Capaian						Sinergi Pentahelix
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Kesiapan SDM	Memberikan Pendidikan, Pelatihan dan Pendampingan Masyarakat Desa/Pesantren Mengenai Pemahaman/Praktek Ekonomi/Keuangan Syariah	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat, Lembaga Keuangan Syariah
	Kampanye/Gerakan Ekonomi Syariah goes to Desa/Pesantren/Masyarakat (Satgas, Pamflet, Media Edukasi, Infografis)	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
Kesiapan Kelembagaan	Pembangunan dan mendorong One Village One BMT/Koperasi Syariah sebagai wadah Kegiatan Keuangan Syariah	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat, Lembaga Keuangan
	Sinergisitas linkage antara BUMDes, BMT, Desa, Pesantren, UMKM secara lebih optimal	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat, Lembaga Keuangan, Kemitraan/Swasta
	Pengoptimalan penyimpanan dan alokasi Dana Desa dengan bantuan Lembaga Keuangan Syariah (Perbankan, BMT)	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Pengoptimalan potensi Dana ZISWAF melalui keunggulan/kearifan Desa dan Pesantren	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Masyarakat, Perguruan Tinggi, Lembaga Keuangan
	Merumuskan aturan/legal standing mengenai Desa Entreprenur, BMT, Swasta dan Kemitraan	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat, Lembaga



								Keuangan, Kemitraan/Swasta
Kesiapan Edukasi/Riset	Penguatan literasi Keuangan Syariah melalui Tokoh Masyarakat dan Forum Desa (Mensosialisasi, mengedukasi, mengembangkan)	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi,
	Pemberian Insentif Untuk Desa dengan Literasi Keuangan Syariah yang Tinggi	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Masyarakat, Lembaga Keuangan
Kesiapan Infrastruktur	Optimalisasi pemanfaatan teknologi digital berbasis website/aplikasi pada seluruh Lembaga Amil Zakat berskala daerah	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Lembaga Keuangan, Swasta/Kemitraan
	Pengembangan Basis Data Desa/Pesantren dalam Program Pendayagunaan dan Pendistribusian Zakat yang terstandar dan terintegrasi (Muzakki & Mustahik)	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Lembaga Keuangan
Kesiapan Pendanaan	Mengoptimalkan Wakaf Produktif, Zakat Produktif untuk Ekonomi Masyarakat Desa dan Pesantren	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Lembaga Keuangan, Masyarakat, Kemitraan/Swasta
	Mengoptimalkan CSR perusahaan untuk ekonomi masyarakat desa dan pesantren	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Masyarakat, Kemitraan/Swasta
	Mendorong pembiayaan Usaha Desa (UMKM) melalui Keuangan Syariah	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Lembaga Keuangan, Masyarakat, Kemitraan/Swasta
	Membangun platform pembiayaan produk Desa dengan crowdfunding dan Fintech Syariah	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Lembaga Keuangan, Masyarakat, Kemitraan/Swasta, Perguruan Tinggi

Program Penguatan Digital Ekonomi Pada Masyarakat Sasaran

Penguatan Digital Ekonomi pada fokus masyarakat desa dan pesantren meliputi 5 bidang sasaran, yakni; 1) Kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM), 2) Kesiapan Kelembagaan, 3) Kesiapan Pendanaan. Pada strategi sumber daya manusia berfokus pada penguatan keilmuan, dan pengetahuan dengan P3 (pendidikan, pelatihan dan pendampingan). Selain itu,



meningkatkan kreativitas masyarakat sasaran dengan memberikan insentif kepada mereka yang berprestasi berupa beasiswa atau magang. Strategi kelembagaan berfokus pada pembangunan ekosistem digital ekonomi syariah dengan mendorong pembangunan *one village one tower*, serta membangun Desa Maju Syariah sebagai inkubator untuk digital ekonomi di desa. Sedangkan pada strategi pendanaan dan akses modal masyarakat desa perlu membuat *marketplace* Desa Wisata Syariah sebagai *crowdfunding*.

1. Masyarakat Desa

Bidang Sasaran	Program/Aktivitas	Indikator Kinerja						Sinergi Pancahelix
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Kesiapan SDM	Penguatan Pendidikan Masyarakat Desa dengan membuat Centra Digital Ekonomi Desa	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
	Melakukan pendidikan dan pelatihan, pendampingan ekonomi digital	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
	Mengirim aparaturnya desa yang berprestasi ke Kampus, Negara atau lembaga yang memiliki Ekosistem Ekonomi Digital yang baik	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
Kesiapan Kelembagaan	Membangun platform Desa Maju Syariah sebagai incubator tempat Edukasi, Marketing Produk, Pemasaran Wisata, UMKM Desa	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat, Lembaga Keuangan
	Membangun one tower one Desa	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga



								Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Membangun platform atau layanan satu atap secara nasional yang menyediakan data terintegrasi antar Desa Maju Syariah dengan industri strategis yang ada,	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
Kesiapan Pendanaan	Program mendorong pihak swasta untuk melakukan pendanaan (modal ventura, crowdfunding, CSR, dll)	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Membuat marketplace Desa Wisata Syariah sebagai inisiasi pendanaan/crowdfunding	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat

Pada masyarakat sasaran pesantren fokus program atau aktivitas setidaknya sama kepada tiga bidang sasaran yakni; 1) Kesiapan Sumber Daya Manusia (SDM), 2) Kesiapan Kelembagaan, 3) Kesiapan Pendanaan. Potensi pesantren yang besar bisa menjadi keunggulan kompetitif tersendiri, strategi sumber daya manusia masyarakat pesantren terhadap digital ekonomi berfokus pada memasukan kurikulum digital ekonomi pada pelajaran maupun ekstrakurikuler di kegiatan pesantren. Melakukan P3 (pendidikan, pelatihan dan pendampingan) digital ekonomi untuk santri-santri. Mendorong santri membuat *stratup bisnis*. Strategi kelembagaan berfokus dengan menciptakan ekosistem digital ekonomi dengan membangun pesantren melek digital yakni **Pesantren Digital**.



Sedangkan yang terakhir strategi pendanaan dan akses modal dengan cara membuat *marketplace* produk pesantren dan *crowdfunding* serta membuat kompetisi *stratup* antara santri-santri pesantren.

2. Masyarakat Pesantren

Bidang Sasaran	Program/Aktivitas	Indikator Kinerja						Sinergi Pancahelix
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Kesiapan SDM	Penguatan Pendidikan Masyarakat Pesantren dengan membuat Centra Digital Ekonomi Pesantren	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
	Melakukan pendidikan dan pelatihan, pendampingan Startup Ekonomi Digital di Pesantren-pesantren	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
	Pemberian beasiswa pesantren (baik santri atau lembaga) yang berprestasi ke Kampus, Negara atau lembaga yang memiliki Ekosistem Ekonomi Digital yang baik	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat
Kesiapan Kelembagaan	Membangun platform Pesantren Digital sebagai incubator tempat Edukasi, Marketing Produk, Pemasaran Wisata, Koperasi Pesantren	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Perguruan Tinggi, Masyarakat, Lembaga Keuangan
	Membangun platform atau layanan satu atap secara nasional yang menyediakan data terintegrasi antar Pesantren Maju Syariah dengan industri strategis yang ada,	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
Kesiapan Pendanaan	Program mendorong pihak swasta untuk melakukan pendanaan (modal ventura, crowdfunding, CSR, dll)	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat
	Membuat marketplace Pasar Pesantren sebagai inisiasi pendanaan/crowdfunding	20%	40%	50%	60%	80%	100%	Pemerintah, Lembaga Keuangan, Kemitraan (swasta), Masyarakat





BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

Roadmap Implementasi Ekonomi Syariah di Indonesia memiliki usulan program yang dilaksanakan dalam jangka pendek dan menengah. Tergambar dalam kerangka *roadmap*, terdapat 4 strategi utama yang bertujuan untuk mewujudkan Indonesia yang mandiri, makmur, dan madani dengan menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia. Keempat strategi tersebut adalah:

1. Penguatan industri halal
Yang meliputi bidang industri makanan dan minuman halal, industri pariwisata halal, industri fesyen Muslim, dan industri kosmetik halal.
2. Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
3. Penguatan Keuangan Syariah
4. Penguatan Ekonomi Digital

Selain empat strategi utama dalam *roadmap* ini, terdapat strategi dasar sebagai ekosistem pendukung yaitu strategi *pancahelix* yang meliputi perguruan tinggi, pemerintah, lembaga keuangan atau sosial, masyarakat, dan kemitraan yang sasaran dari strategi



tersebut adalah kepada masyarakat desa dan masyarakat pesantren.



Gambar 5.1 Pancahelix

Rekomendasi dan Saran

1. Penguatan Industri Halal

- a. Kluster makanan dan minuman halal
 1. Percepatan peraturan terkait dengan halal industri
 2. Sistem informasi halal
 3. Pembangunan Lembaga Penjamin Halal
- b. Kluster fesyen Muslim
 1. Promosi produk fesyen muslim designer Indonesia melalui media sosial
 2. Meningkatkan kualitas produk untuk menghadang derasnya barang imitasi



dengan harga yang murah dengan kualitas yang tidak begitu baik

- c. Klaster pariwisata halal
 - 1. Membentuk paket tour guide wisata halal
 - 2. Promosi pariwisata halal melalui media sosial dan pameran pariwisata
 - 3. Pembentukan dan pengesahan peraturan terkait pariwisata halal
- d. Klaster kosmetik halal
 - 1. Sosialisasi gaya hidup halal dan membentuk brand ambassador kosmetik halal
 - 2. Kerjasama BPOM dan LPPOM terkait peredaran kosmetik halal

2. Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah

- a. Memfasilitasi pembiayaan serta pendampingan sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan
- b. Perhatian dari Lembaga Keuangan Syariah terhadap UMKM akan terjadi ikatan yang saling menguntungkan

3. Penguatan keuangan syariah

- a. Perbankan syariah
 - 1. Membentuk *National Halal Fund*. Yaitu dana untuk mendukung pengembangan industri halal di Indonesia secara spesifik.
 - 2. Menambah jumlah bank syariah yang telah terdaftar untuk menjadi lembaga penyalur KUR syariah
- b. Pasar modal syariah



Identifikasi regulasi, modal, teknologi, serta riset dan pengembangan

c. Asuransi syariah

Merekrut SDM yang memiliki spesialisasi khusus dalam bidang jaminan sosial berbasis syariah. SDM ini diharapkan dapat berperan sebagai inovator produk-produk jaminan sosial yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

d. Zakat, infak, shodaqoh, dan wakaf (ZISWAF)

1. Integrasi pengelolaan zakat dan wakaf dengan dana komersial serta diberlakukannya berbagai regulasi pada pengelolaan zakat dan wakaf.
2. Pengembangan basis data untuk menghindari tumpang tindih penerima manfaat dan evaluasi kinerja lembaga pengelola zakat dan wakaf.

4. Penguatan ekonomi digital

- a. Mengembangkan pangsa pasar online dan sistem pembayaran halal.
- b. Menyediakan panduan usaha dan panduan kepatuhan syariah digital.
- c. Meningkatkan literasi digital

Sebagaimana kita ketahui bahwa di dunia ini dikenal adanya tiga sistem ekonomi, yakni kapitalis, sosialis, dan Islam. Namun sejalan dengan perkembangan zaman, bahwasanya sistem kapitalislah yang hingga saat ini masih tetap menjadi rujukan utama berbagai bangsa di dunia dalam membangun ekonomi negara masing-masing. Pertanyaan mendasar di balik dominasi itu adalah sejauh manakah sistem kapitalis telah berhasil mewujudkan keadilan, pemerataan dan kesejahteraan bagi umat manusia. Tentu saja tidak, karena dalam kenyataan tidaklah sedikit prahara kemanusiaan yang ditimbulkan sebagai dampak dari perilaku pelaku ekonomi yang bercorak individualistik yang nyaris mengorbankan nilai-nilai humanistik. Sebagai akibatnya, muncullah kesenjangan dan kemiskinan di berbagai belahan dunia. Sebagai solusinya, maka perlu dicarikan sistem yang berkeadilan, dalam hal ini adalah sistem syariah yang bersumber dari ajaran wahyu. Indonesia sampai saat ini (akhir 2019) dengan populasi sekitar 270 juta jiwa dengan jumlah seputar 87 persen Muslim, ke depan kiranya patut menjadi *leading sector* pengembangan ekonomi syariah yang menjadi rujukan dunia. Sebab itu kehadiran roadmap pengembangan ekonomi syariah di Indonesia ini perlu menjadi bahan renungan kita bersama demi terciptanya sistem ekonomi yang berkeadilan dengan panduan nilai tauhid.



UIN MALIKI PRESS (Anggota IKAPI)
Jalan Gajayana 50 Malang 65144
Telepon/Faksimile: (0341) 573225
Email: uinmalikipressredaksi@gmail.com
<http://malikipress.uin.malang.ac.id>

ISBN 978-623-232-352-0



9 786232 323520